

KLASA: 602-04/25-09/104
URBROJ: 251-717-01/25-955

Zagreb, 17. travnja 2025.

U skladu sa Zakonom o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN 119/22) i čl. 39. stavka 1. i 2. točke 13. Statuta Sveučilišta VERN, na 38. sjednici Senata Sveučilišta VERN održanoj 17. travnja 2025. godine donijeta je:

ODLUKA

O POKRETANJU POSTUPKA IZBORA

dr. sc. STANE ODAK KRASIĆ NA ZNANSTVENO-NASTAVNO RADNO MJESTO DOCENTICE IZ PODRUČJA DRUŠTVENIH ZNANOSTI, POLJA KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI TE IMENOVANJE ČLANOVA STRUČNOG POVJERENSTVA

I.

Senat Sveučilišta VERN imenuje stručno povjerenstvo u sastavu:

1. prof. dr. sc. IVANA OGRIZEK BIŠKUPIĆ, Sveučilište Algebra Bernays, predsjednica
2. prof. dr. sc. IGOR KANIŽAJ, Hrvatsko katoličko sveučilište u Zagrebu, član
3. doc. dr. sc. TAMARA KUNIĆ, Sveučilište VERN, članica

II.

Stručno povjerenstvo iz točke 1. ove odluke imenuje se za:

- PODRUČJE: društvene znanosti
- POLJE: komunikacijske znanosti

III.

Prava i obveze predsjednika i članova stručnog povjerenstva definirat će se ugovorom.



Prof. dr. sc. Vedran Mornar
Rektor Sveučilišta VERN

O tome obavijest:

1. Pismohrana ovdje
2. I. Ogrizek Biškupić
3. I. Kanižaju
4. T. Kunić

Stručno povjerenstvo:

prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić, predsjednica povjerenstva
Sveučilište Algebra Bernays

prof. dr. sc. Igor Kanižaj, član povjerenstva
Hrvatsko katoličko sveučilište

doc. dr. sc. Tamara Kunić, članica povjerenstva
Sveučilište VERN'

Zagreb, 6. svibnja 2025.

SENATU SVEUČILIŠTA VERN'

Palmotičeva ulica 82/1, Zagreb

PREDMET: Mišljenje Stručnog povjerenstva o ispunjavanju kriterija dr. sc. Stane Odak Krasiću postupku izbora na znanstveno-nastavno radno mjesto docentice u području društvenih znanosti, polje komunikacijske znanosti

Senat Sveučilišta VERN' je na 38. sjednici održanoj 17. travnja 2025. godine donio Odluku (KLASA: 602-04/25-09/104, URBROJ: 251-717-01/25-955) o imenovanju Stručnog povjerenstva radi davanja mišljenja o ispunjavanju uvjeta u postupku izbora na znanstveno- nastavno radno mjesto docentice za dr. sc. Stane Odak Krasić u izbornom području 5. Društvene znanosti, polju komunikacijske znanosti, u sastavu: prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić (predsjednica Povjerenstva), prof. dr. sc. Igor Kanižaj, Hrvatsko katoličko sveučilište (član Povjerenstva) i doc. dr. sc. Tamara Kunić, Sveučilište VERN', (članica Povjerenstva). Na temelju uvida u priloženu dokumentaciju, temeljenoj na odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN 119/22), Pravilnika o izmjenama i dopunama Pravilnika o uvjetima za izbor u znanstvena zvanja Nacionalnog vijeća za znanost, visoko obrazovanje i tehnološki razvoj (NN 111/2022) te Odluci Rektorskog zbora i Nacionalnog vijeća za znanost, visoko obrazovanje i tehnološki razvoj o nužnim uvjetima za ocjenu nastavne i znanstveno-stručne djelatnosti u postupku izbora u znanstveno-nastavna zvanja (NN 122/2017), podnosimo Senatu Sveučilišta VERN' i Matičnom odboru za područje društvenih znanosti polja informacijskih i komunikacijskih znanosti sljedeće

MIŠLJENJE

o ispunjenosti kriterija znanstveno-nastavnog radnog mjesta docentice u području društvenih znanosti, polje komunikacijske znanosti za kandidatkinju dr. sc. Stanu Odak Krasić, na Sveučilištu VERN'

SADRŽAJ MIŠLJENJA

1	BIOGRAFSKI PODACI PRISTUPNICE	4
1.1	Znanstveni, stručni i nastavni rad	4
1.1.1	Javno komuniciranje i odnosi s javnošću	5
1.1.2	Strateško komuniciranje	6
1.1.3	Društvene mreže, identitet, imidž, reputacija i karizma	6
1.2	Doktorska disertacija	7
2	OCJENA ISPUNJAVANJA UVJETA ZA IZBOR PRISTUPNICE U ZNANSTVENOME DIJELU	9
2.1	Znanstveni radovi u kategoriji a1 u području društvenih znanosti, u polju komunikacijskih znanosti	9
2.1.1	Članak a1 - HAZU	9
2.1.2	Članak a1 u Q3 ili Q4	10
2.1.3	Članak a1 - HAZU	12
2.2	Znanstveni radovi u kategoriji a2 u području društvenih znanosti, u polju komunikacijskih znanosti	13
2.2.1	Članak a2	13
2.2.2	Članak a2	15
2.2.3	Članak a2	16
2.2.4	Članak a2	17
2.2.5	Članak a2	19
2.3	Znanstveni radovi u kategoriji a3 u području društvenih znanosti, u polju komunikacijskih znanosti	20
2.3.1	Članak a3	20
2.3.2	Članak a3	21
2.3.3	Članak a3	22
2.3.4	Članak a3	24
2.3.5	Članak a3	25
2.3.6	Članak a3	26
2.3.7	Članak a3	28
2.3.8	Članak a3	29
2.4	Uvjeti za znanstvenog suradnika.....	30
3	OPĆI I POSEBNI UVJETI REKTORSKOG ZBORA ZA IZBOR PROPISANIH ZAKONOM O ZNANSTVENOJ DJELATNOSTI I VISOKOM OBRAZOVANJU	35

3.1	Opći uvjeti rektorskog zbora (nastupno predavanje).....	35
3.2	Posebni kriteriji rektorskog zbora	35
4	ZAKLJUČAK, MIŠLJENJE I PRIJEDLOG STRUČNOG POVJERENSTVA	43

1 BIOGRAFSKI PODACI PRISTUPNICE

Dr. sc. Stana Odak Krasić rođena je u Mostaru 10. ožujka 1983. godine. Nakon završene osnovne škole u Čitluku, upisuje opću gimnaziju u Čitluku (koja danas nosi naziv: Srednja Škola dr. fra Slavka Barbarića) koju uspješno i u roku završava. Od listopada 2001. godine studira na diplomskom studiju novinarstva na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu koji završava u svibnju 2006 godine. Interdisciplinarni doktorski studij na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Mostaru upisuje 21. veljače 2020. godine (prebacuje se s poslijediplomskog studija Jezici i kulture u kontaktu, Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru). Studij uspješno završava 11. veljače 2025. obranom doktorske disertacije „Doprinosi hrvatskih stručnjaka razvoju profesije odnosa s javnošću - uloga komunikacijskog i menadžerskog stila, znanja, imidža i karizme“ u području društvenih znanosti, polje komunikacijske znanosti, grana odnosi s javnošću. Pristupnicu je mentorirao prof. dr. sc. Božo Skoko, a disertacija je obranjena pred tročlanim povjerenstvom: uz mentora, članovi su bili doc. dr. sc. Marijan Primorac kao predsjednik povjerenstva te izv. prof. dr. sc. Hrvoje Jakopović kao član povjerenstva.

1.1 Znanstveni, stručni i nastavni rad

Pristupnica od 2009. godine započinje honorarnu suradnju na Visokoj poslovnoj školi Zagreb (danas Poslovno veleučilište Zagreb) te na Visokoj školi za odnose s javnošću i studij medija Kairos. Od studenog 2010. stalno je zaposlena na Visokoj školi za odnose s javnošću i studij medija Kairos sve do prosinca 2013. godine kada instituciju preuzima Veleučilište VERN' (danas Sveučilište VERN'). Na VERN'-u je bila na funkcijama voditeljice studija, pomoćnice prodekanice, prodekanice, pomoćnice dekana, prodekanice, pomoćnice rektora i na koncu prorektorice za studije (od veljače 2023. do veljače 2025.). U nastavno zvanje predavača birana je 14. rujna 2010. na Visokoj školi za odnose s javnošću i studija medija Kairos, dok je od 3. studenog 2015. birana u nastavno zvanje višeg predavača na Veleučilištu VERN'. Izbor je stavljen u mirovanje prema Zakonu o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (Narodne novine 119/22, čl. 48.) u vrijeme obnašanja rukovodećih funkcija. Cijelo vrijeme rada na Sveučilištu VERN', uz obnašanje rukovodećih funkcija, izvodila je nastavu.

Pristupnica je ukupno do sada sudjelovala u izvedbi 11 kolegija i to na stručnom diplomskom studiju *Upravljanje poslovnim komunikacijama* (Integrirane poslovne komunikacijske strategije) na prijediplomskom stručnom studiju *Odnosi s javnošću i studij medija* (Uvod u komunikologiju, Interno komuniciranje, Odnosi s javnošću u kulturi, turizmu i sportu, Osobni odnosi s javnošću, Etika komuniciranja i društveno odgovorno poslovanje), na sveučilišnom prijediplomskom studiju *Cyber komunikacije i znanost o mreži* (Osnove marketinga i odnosa s javnošću te Identitet, imidž, reputacija i karizma) na prijediplomskom stručnom studiju *Turizam* (Odnosi s javnošću i digitalno komuniciranje) te na prijediplomskom stručnom studiju *Novinarstvo* (Osnove komunikologije). Također, izvodila je jedan kolegij na engleskom jeziku *Spokesmanship and Public Appearance* za Erasmus studente, a sudjelovala je i u izvedbi kolegija *PR in Tourism* u sklopu Top-up Bachelor Degree Programmes na Akademiji za turizam Antalya, u Turskoj 2020. godine.

Znanstveno-istraživački rad pristupnice dr. sc. Stane Odak Krasić u teorijskom pogledu obuhvaća istraživanje komunikacijskih procesa s naglaskom na interdisciplinarna istraživanja medija, odnosa s javnošću i društvenih fenomena. To je vidljivo i kroz objavljene radove, sudjelovanja na znanstvenim konferencijama, dosadašnji nastavni rad te gostujuća predavanja. Istraživanja su iz područja odnosa s javnošću, strateškog komuniciranja (kako eksterno tako i interno), masovnih medija, društvenih mreža te odnose s javnošću. Pritom najčešće primjenjuje i provodi kvantitativne i kvalitativne metode istraživanja, pri čemu povezuje teorijske pristupe s praktičnim izazovima u medijskom i komunikacijskom sektoru.

Njezin znanstveni rad može se podijeliti u nekoliko tematskih cjelina:

1.1.1 Javno komuniciranje i odnosi s javnošću

Radovi u ovoj skupini bave se analizom prednosti i nedostatka modernog sustava javnoga komuniciranja, eventualne usporedbe stanja prije i sada te mogućnostima unapređenja javne komunikacije općenito. Značajno područje interesa je istraživanje odnosa s javnošću, s posebnim naglaskom na pozitivne učinke odnosa

s javnošću u pogledu demokratizacije i profesionalizacije cjelokupnog procesa javnog komuniciranja. S posebnom pozornošću proučavala je ulogu odnosa s javnošću u jačanju međusobnog razumijevanja između pojedinaca, grupa, organizacija, korporacija, ali i upravljanju komuniciranjem te usklađivanju privatnih i javnih načela djelovanja. Osim doktorske disertacije, u ovom području to su radovi: *Analiza verbalne komunikacije i usporedba pobjedničkih govora posljednja tri predsjednika Republike Hrvatske* (Odak Krasić, Pavlović, 2021.); *A Comparative Analysis of Language-communications perception in Public Relations* (Togonal, Odak Krasić, 2015.) te *Komunikacija s potrošačima u funkciji prevencije kriznih situacija* (Odak Krasić, Mikulić Smiljanić, Šaravanja, 2015.).

1.1.2 Strateško komuniciranje

Radovi u ovoj skupini širokog su spektra razumijevanja pojma - strateške komunikacije i to u različitim područjima, od političke komunikacije, korporativne (s posebnim naglaskom na internu komunikaciju), medijske komunikacije, krizne komunikacije te civilnog društva. Interna komunikacija kao strateška upotreba komunikacijskih akcija s ciljem sustavnog utjecaja na znanja, stavove, ponašanje, ali i zadovoljstvo uključenih dionika ističe se kao zaseban interes i područje istraživanja pristupnice što se vidi ne samo kroz njezin nastavni rad nego i istraživački rad. Primjeri takvih radova su: *Analiza zadovoljstva različitim aspektima studiranja završenih studenata Sveučilišta VERN'* (Miljković Krečar, Odak Krasić, 2023.); *Fenomen reality televizije: od zabave do edukacije* (Blažević, Bušić, Odak Krasić, 2019.); *Sekuritizacija i suvremeni izazovi upravljanja otpadom* (Cvrtila, Odak Krasić, 2015.); *Specifičnost komuniciranja prilikom uvođenja nove modne marke na hrvatsko tržište: studija slučaja Freywille* (Odak Krasić, Leš, 2014.) te *Zaposlenici, ključna javnost internog komuniciranja u kriznim situacijama* (Mikulić Smiljanić, Odak Krasić, 2014).

1.1.3 Društvene mreže, identitet, imidž, reputacija i karizma

Radovi u ovoj kategoriji analiziraju ulogu društvenih mreža u komunikacijskim strategijama, odnosima s javnošću i kriznom komuniciranjem, kvalitetu medijskih sadržaja, ali otvaraju i pitanja upravljanja imidžom, reputacijom i karizmom.

Primjeri ovih radova su: *Komunikacija hrvatskih političara na Instagramu za vrijeme pandemije COVID-19: prema kome, kako i s kojim učinkom?* (Vučković, Odak Krasić, Volarević, 2021.); *How do Croatian tourist boards promote destinations online? Content analysis of Facebook communication of tourist boards in Croatia* (Odak Krasić, Volarević, Vučković, 2019.); *Studentska percepcija karizmatičnih osoba u Republici Hrvatskoj* (Odak Krasić, 2022.); *An Analysis of Public Relations Profession Image in Selected Films and Television Shows of American Production* (Odak Krasić, Bodrožić, 2022.); *Potentials and Possibilities of Branding Intangible Cultural Heritage Using the Example of Šibenski botun* (Schildenfeld, Odak Krasić, 2020.) te *Stereotipi i predrasude o Hercegovcima* (Odak Krasić, Sedak, Sivrić, 2014).

Pristupnica je sudjelovala na mnogim međunarodnim i domaćim konferencijama i skupovima, te održala veliki broj gostovanja na raznim manifestacijama. Objavila je 19 znanstvenih i stručnih radova. Sudjelovala je na više od 20 različitih stručnih, znanstvenih i nastavnih usavršavanja.

U proteklih pet akademskih godina ostvarila je ukupno 7603,20 radnih sati visokoškolske nastave izvodeći nastavu na pet studija na Sveučilištu VERN'. Trenutačno osim nastave radi i kao zamjenica glavne urednica portala TurFacto u sklopu projekta Uspostava provjere medijskih činjenica – TurFacto (2023 – 2025).

Članica je Hrvatske udruge za odnose s javnošću (HUOJ) i European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA).

1.2 Doktorska disertacija

Stana Odak Krasić *Interdisciplinarni doktorski studij* na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Mostaru upisala 2020. godine. Nakon pozitivne ocjene pisane doktorske disertacije naslovljene „Doprinosi hrvatskih stručnjaka razvoju profesije odnosa s javnošću - uloga komunikacijskog i menadžerskog stila, znanja, imidža i karizme“ u području društvenih znanosti, polje komunikacijske znanosti i grana odnosi s javnošću (mentorstvo prof. dr. sc. Božo Skoko) uslijedila je i usmena obrana doktorske disertacije koja je održana 11. veljače 2025. godine. Područje kojim se disertacija bavi nedovoljno je istraživana i

predstavlja relevantno i korisno znanstveno istraživanje. Također ima praktičnu i uporabnu notu, budući da je razrađen model doprinosa pojedinca za razvoj profesije primjeren je i za ostale struke i profesije, koji se, uz tri ključna elementa, može nadopuniti drugim aktivnostima koje poboljšavaju razumijevanje i praksu u određenom području a značajni su za zajednicu te ih je moguće istražiti. Disertacija u teorijskom smislu objedinjuje različite, interdisciplinarne pristupe razumijevanju odnosa s javnošću, njihove uloge i važnosti u globaliziranom svijetu. Citirana literatura je opsežna, aktualna i relevantna. Rezultati ovog istraživanja definitivno mogu pridonijeti razumijevanju razvoja odnosa s javnošću u Hrvatskoj posljednjih tridesetak godina, odnosno pokazuju transformaciju struke u profesiju kroz doprinose konkretnih stručnjaka koji su bili svojevrsni pokretači i nositelji tog razvoja. Uz komparaciju s globalnim dosezima i razvojem struke, gdje je moguće istražiti sličnosti i razlike, posebice u odnosu na američke uzore, rezultati istraživanja pokazuju specifičnosti odnosa s javnošću u Hrvatskom kontekstu, ali i konkretne utjecaje pojedinaca na te specifičnosti kroz analize njihova znanstvenog doprinosa, razvoja profesionalnih standarda u praksi, te promociju profesiju – s jedne strane, te menadžerskog i komunikacijskog stila, znanja, imidža i karizme – s druge strane. Zaključno, rezultati istraživanja disertacije predstavljaju značajan doprinos znanosti s obzirom na to da donosi nove podatke koji mogu biti poticaj i budućim znanstvenicima da se nastave baviti ovom temom.

2 OCJENA ISPUNJAVANJA UVJETA ZA IZBOR PRISTUPNICE U ZNANSTVENOME DIJELU

Pristupnica je dostavila dokumentaciju o znanstvenom radu te priložila objavljene radove razvrstane u kategorije radova a1, a2 i a3 s popratnom dokumentacijom o bibliografskim bazama u kojima su indeksirani. Ovo Izvješće je sastavljeno prema odredbama ranije spomenutog Pravilnika, Potvrde o indeksiranosti i rangiranosti časopisa u bazama podataka, te drugim priloženim dokumentima, a koji su relevantni za ovaj izbor.

Pristupnica dr. sc. Stana Odak Krasić upisana je u Upisnik znanstvenika pri Ministarstvu znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske pod matičnim brojem 417810.

2.1 Znanstveni radovi u kategoriji a1 u području društvenih znanosti, u polju komunikacijskih znanosti

2.1.1 Članak a1 - HAZU

Rad: Miljković Krečar, I., Odak Krasić, S. (2023). Analiza zadovoljstva različitim aspektima studiranja završenih studenata Sveučilišta VERN', Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru Vol. , No. 17. str. 345-364 doi: 10.21857/ydkx2cv429

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad pisan na hrvatskom jeziku objavljen u zborniku čiji je suizdavač Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti što ga kategorizira kao a1 rad (Pravilnik o uvjetima za izbor u znanstvena zvanja čl. 17 st. 7).

Do tri autora: 100%

Broj bodova: 1

Tema rada: Održivost svakog sustava trebala bi se temeljiti na sustavnom praćenju mnogih vanjskih i unutarnjih parametara i na njihovu kontinuiranom unapređivanju. Prema Zakonu o osiguravanju kvalitete u visokom obrazovanju i znanosti (NN, 151/2020.) na visokim učilištima nužno je uspostaviti sustav unutarnjeg osiguravanja i unapređivanja kvalitete, što među ostalim obuhvaća sljedeće: provedbu postupaka unutarnjeg osiguravanja i unapređivanja kvalitete; praćenje i unapređivanje kvalitete studijskog

programa; praćenje i unapređivanje metoda učenja, poučavanja i vrednovanja na studijima; praćenje i unapređivanje ostvarivanja ishoda učenja studenata; praćenje i unapređivanje znanstvene produktivnosti i stručnog rada nastavnika; praćenje i unapređivanje rada zaposlenika stručnih službi te praćenje i unapređivanje ostalih aktivnosti koje se obavljaju na visokom učilištu. Glavni cilj ovoga rada bio je ispitati zadovoljstvo različitim aspektima studiranja na uzorku na uzorku od 663 studenta s četrnaest različitih studija na Sveučilištu VERN'. Postavljena su i dva podcilja: (1) Ispitati postoje li razlike u razini zadovoljstva studijem među studentima različitih studija te (2) Ispitati odnos između prosječnoga akademskog uspjeha i razine zadovoljstva različitim aspektima studiranja.

U ovome radu analizirani su rezultati izlaznih anketa. Rezultati općenito pokazuju vrlo visoku razinu zadovoljstva studijima i studiranjem na VERN'-u, a posebice kvalitetom rada nastavnika i ostalih djelatnika, odnosno njihovom stručnošću te poštovanjem i pristupačnim odnosom. Iako kvantitativnom analizom nisu utvrđeni sustavni nedostaci, analiza sadržaja u pitanjima otvorenog tipa – obavljena zasebno, prema studijima – ukazala je na potencijalna područja za poboljšanje. Rezultati studentskih anketa korisna su povratna informacija nastavnicima, ali i poslovnom i akademskom vodstvu VERN'-a te su često dosad bili i poticaj za poduzimanje konkretnih korektivnih radnji.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos ovog rada vidljiv je u primjeni sustavnog i kvantitativnog pristupa ispitivanju studentskog zadovoljstva kao ključnog alata za unapređenje kvalitete visokoškolskog obrazovanja i interne komunikacije unutar institucije. Rezultati anketa predstavljaju konkretan mehanizam povratne informacije koji može potaknuti transparentniji dijalog između studenata, nastavnika i uprave te time pridonijeti boljem radnom i studijskom okruženju.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je sudjelovala u razradi teme, napisala dio teorijskog okvira iz vlastite ekspertize te interpretirala dio rezultata.

2.1.2 Članak a1 u Q3 ili Q4

Rad: Vučković, M., Odak Krasić, S., Volarević, M. (2021). Komunikacija hrvatskih političara na Instagramu za vrijeme pandemije COVID-19: prema kome, kako i s kojim

učinkom?, *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 27(2), 59-82. doi: 10.22572/mi.27.2.3

Kategorizacija rada: Izvorni znanstveni rad. Rad je objavljen u časopisu zastupljenom u bazama WoSCC i Scopus (A1). Prema izvješću o citiranosti u Scimagu časopis je razvrstan u Q4 (Communications) za 2021. godinu.

Do tri autora: 100%

Broj bodova: 1

Tema rada: Primarni cilj ovog rada bio ispitati na koji su način ključni politički akteri u Hrvatskoj komunicirali u 2020. godini kada je globalna pandemija bolesti COVID-19 definirala ključnu temu u svim aspektima života tako i komunikacije. Odnosno, cilj je bio utvrditi jesu li prepoznali Instagram kao kanal direktne komunikacije s građanima, posebno s mladima. Jedan od razloga zašto je Instagram odabran za ispitivanje pristupa prema mladima je podatak da društveni mediji postaju važan kanal informiranja i komuniciranja, posebno mlađe publike, a Instagram je nedavno postao najpopularnija platforma za to (Laferrara i dr., 2020: 123). Također, cilj rada bio je utvrditi jesu li komunicirali krizne teme ili su pretežno bili usmjereni na vlastitu i političku promociju te kako će mladi praktičari odnosa s javnošću ocjeniti njihovu komunikaciju. Ovaj rad je poseban fokus stavio na ispitivanje usmjerenosti političke komunikacije prema mladima na Instagramu zbog toga što su baš politički akteri često mlade prozivali kao one koji se ne drže mjera te da su neodgovorni u sprječavanju širenja zaraze. Istraživački dio rada temeljio se na dvostrukome metodološkom pristupu ispitivanja komunikacije ključnih hrvatskih političara na Instagramu. Metodom analize sadržaja u prvom dijelu istraživanja analizirana je komunikacija ključnih političkih aktera (odnosno onih koji su imali profile na društvenoj mreži Instagram a to su bili Vili Beroš, Davor Božinović, Zoran Milanović i Andrej Plenković). Metodom strukturiranih intervjua s mladim praktičarima odnosa s javnošću u drugom dijelu istraživanja, ovaj rad donosi ocjene komunikacije dvojice ministara, hrvatskog premijera i predsjednika kroz tri segmenta:

segment sadržaja, javnog nastupa i karizme.

Znanstveni doprinos rada: Autori su u radu predstavili novi metodološki pristup istraživanju specifične teme COVID-19. Osim primjene analize sadržaja u novom kontekstu u teorijskom dijelu je istaknuta važnost komunikacije donositelja odluka u vrlo

osjetljivom društvenom periodu. Rad propituje i komunikacijsku primjenu specifične medicinske terminologije te otvara posve nove izazove u komunikacijskim znanostima.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je sudjelovala u kreiranju teme rada, dizajnu istraživanja i definiranja metodologije. Napisala je dio teorijskog okvira članka te provela dubinske intervjuje.

2.1.3 Članak a1 - HAZU

Rad: Odak Krasić, S., Volarević, M., Vučković, M. (2019). How do Croatian tourist boards promote destinations online? Content analysis of Facebook communication of tourist boards in Croatia // Reflections on Mediterranean : Mediterranean Issues, Book 2 / Jurčević, Katica ; Kaliterna-Lipovčan, Ljiljana ; Ramljak, Ozana (ur.). Zagreb: Institute of Social Sciences Ivo Pilar ; VERN' Group; Croatian Academy of Sciences and Arts (HAZU) ; Euro-Mediterranean Academic Network (EMAN), 2019. str. 419-432

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad pisan na engleskom jeziku objavljen u zborniku čiji je suizdavač Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti što ga kategorizira kao a1 rad (Pravilnik o uvjetima za izbor u znanstvena zvanja čl. 17 st. 7).

Broj bodova: 1

Tema rada: Novi mediji posebno su važni za turističku komunikaciju i promociju turizma, jer istraživanja pokazuju da postoji rast turističke ponude i potražnje na globalnoj razini, a predviđa se da će se to nastaviti i u budućnosti. Hrvatska prati taj trend, a posljednjih se godina profilirala i kao istaknuta europska, ali i globalna turistička destinacija. Upravo zato je turistička promocija važan segment promocije zemlje prema ciljanoj publici i tržištima. U tom kontekstu, cilj ovog rada bio je ispitati komunikacijske obrasce i način na koji turističke zajednice promoviraju destinacije na društvenim mrežama. Analiza je bila podijeljena u tri dijela i ispitala je kako su odabrane turističke zajednice koristile svoje profile na društvenim mrežama, o kojim temama su objavljivale i jesu li poticale angažman korisnika. Tri odabrane turističke zajednice iz Dalmacije: Visa, Korčule i Hvara, odabrane su na temelju kriterija sličnosti geografskih i turističkih karakteristika. Analiza provedena je na službenim Facebook profilima turističkih zajednica a Facebook je odabran kao primjer društvene mreže jer je te godine bila najkorištenija društvena platforma na svijetu,

a ujedno je i najpopularnija društvena mreža u Hrvatskoj (Arbona.hr, 2016). Cilj analize bio je ispitati prepoznaju li odabrane turističke zajednice društvene mreže kao važan kanal za promociju turizma i koriste li se ti kanali samo za promociju ili i za angažiranje korisnika u komunikaciji. Nadalje, cilj analize bio je ispitati teme objava turističkih zajednica na službenim profilima i postoji li razlika u pravovremenosti objavljivanja tijekom turističke predsezone, sezone i posezone. Tematska analiza pokazala je da su turističke zajednice koristile svoje službene račune u najvećoj mjeri u promotivne svrhe, posebno za promociju događanja u sezoni i nakon nje, te za promociju turističkih sadržaja i usluga. Što se tiče samih tema, one su uglavnom bile usmjerene na prikazivanje kulturnih i povijesnih znamenitosti destinacije i poznatih osoba koje su posjetile destinaciju.

Znanstveni doprinos rada: Pojam društvenih mreža u ovom je radu predstavljen kroz novi pristup istraživanjima u području digitalnog marketinga i turističke komunikacije. Također, predstavlja vrijedan doprinos vrednovanju strateškog komuniciranja, odnosa s javnošću, u odnosu na turizam i digitalne tehnologije, nudeći konkretne uvide u praksu lokalnog digitalnog turizma i otvarajući mogućnosti za buduća istraživanja i unapređenje komunikacijskih strategija online promocije turističkih destinacija.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je postavila teorijski okvir, sastavila metodološki koncept i osmislila strukturu rada.

2.2 Znanstveni radovi u kategoriji a2 u području društvenih znanosti, u polju komunikacijskih znanosti

2.2.1 Članak a2

Rad: Odak Krasić, S. (2022). Studentska percepcija karizmatičnih osoba u Republici Hrvatskoj, *Suvremene teme: međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti*, 13(1), 127-139, doi: 10.46917/st.13.1.6

Kategorizacija rada: prethodno priopćenje, rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u časopisu Suvremene teme indeksiranom u ProQuest bazi što ga kategorizira kao a2 rad.

Broj bodova: 0,75

Tema rada: Rad istražuje kako studenti studija Odnosa s javnošću i studija medija Sveučilišta VERN' percipiraju karizmu i koje javne osobe u Republici Hrvatskoj smatraju karizmatičnima. Istraživanje je provedeno na uzorku od 307 studenata, a fokus je bio na razumijevanju značenja karizme, sposobnosti studenata da je definiraju i prepoznaju u praksi, te na identifikaciji područja iz kojih dolaze karizmatične osobe. Program studija, kojega su pohađali ispitanici, usmjeren je na obrazovanje stručnjaka sa širokim spektrom znanja i vještina potrebnih za obavljanje ovoga posla. Tijekom studija, posebno na višim godinama, naglasak se stavlja na stjecanje vrijednog iskustva iz prakse te komuniciranje na digitalnim medijima i društvenim mrežama. Također, dio programa usmjeren je na – osobne odnose s javnošću te usavršavanje javnog govora i komunikacijskih vještina, rješavanje kriznih situacija i upravljanje brendom, te kako upravljati korporativnim komunikacijama, pripremiti komunikacijsku strategiju ili graditi uspješne odnose s medijima, što je svakako doprinijelo boljem razumijevanju zadatka i ostvarenju postavljenog cilja istraživanja. A glavni cilj istraživanja bio je ispitati koje javne osobe u Republici Hrvatskoj studenti, koji percipiraju kao karizmatične. U okviru glavnog cilja formulirana su tri podcilja: (1) Ispitati imaju li odabrani studenti pozitivne, neutralne ili negativne asocijacije vezane uz pojam karizme, (2) Ispitati što za njih označava pojam karizma i kako bi ga sami definirali (u odnosu na odabrane primjere dobre prakse te (3) Ispitati u kojem zvanju ili zanimanju je najprisutniji pojam karizmatične osobe. Rezultati su pokazali da studenti karizmu uglavnom doživljavaju kao pozitivan pojam i da ju najčešće povezuju s osobama iz kulture, sporta i politike.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos rada očituje se u pružanju uvida u studentsku percepciju kroz shvaćanje i razumijevanje karizme kao društvenog i komunikacijskog fenomena u hrvatskom kontekstu. Rad doprinosi razumijevanju kako mladi, obrazovani pojedinci interpretiraju i vrednuju karizmu javnih osoba. Empirijski nalazi o povezivanju karizme s kulturnim, sportskim i političkim osobama nude vrijedan temelj za daljnja istraživanja o utjecaju javne percepcije na izgradnju imidža u javnom prostoru. Osim toga, rad otvara prostor za kritičko promišljanje metodoloških izazova pri istraživanju subjektivnih pojmova poput karizme.

2.2.2 Članak a2

Rad: Odak Krasić, S., Bodrožić, T., (2022.) An Analysis of Public Relations Profession Image in Selected Films and Television Shows of American Production // Conference Proceedings Creative Industries and Experience Economy / Budak, Jelena ; Holy, Mirela ; Medić, Rino (ur.). Zagreb: VERN' University ; The Institute of Economics, 2022. str. 115-130

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad, pisan na engleskom jeziku, pisan u koautorstvu sa studenticom, objavljen u zborniku međunarodnog znanstvenog skupa što ga kategorizira kao a2 rad.

Broj bodova: 0,75

Tema rada: Ovaj rad bavi se istraživanjem percepcije profesije odnosa s javnošću u popularnoj kulturi, preciznije u američkim filmovima i televizijskim serijama. Iako je upravljanje reputacijom srž djelovanja stručnjaka za odnose s javnošću, paradoksalno, sama profesija često je predmet reputacijske krize. Mediji, osobito filmovi i serije, nerijetko prikazuju ovu profesiju na senzacionalistički, glamurozan i često iskrivljen način koji ne odgovara stvarnosti rada u struci. U radu je provedena kvantitativna analiza triju filmova (*Thank You for Smoking*, *The Ides of March* i *The Queen*) te 113 epizoda iz triju američkih serija (*Scandal*, *The West Wing* i *Sex and the City*). Uz kvantitativni pristup, korištena je i kvalitativna analiza kojom su interpretirane osobne percepcije medijskih prikaza i narativa. Analiza je pokazala da je prikaz djelatnika u odnosima s javnošću uglavnom negativan, često povezan s manipulacijom, prikrićivanjem istine i ostvarivanjem moći, osobito u političkom i korporativnom kontekstu. Također, istraživanje otkriva nejasnoće u razumijevanju stvarnog profesionalnog identiteta i uloga koje stručnjaci za odnose s javnošću imaju u društvu.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos rada sastoji se u višedimenzionalnoj analizi reprezentacije profesije odnosa s javnošću u popularnoj kulturi, koja ima velik utjecaj na javno mnijenje. Rad također, produbljuje razumijevanje odnosa između medijskih prikaza i javne percepcije profesije, ukazujući na razlike između stvarnog rada u odnosima s javnošću i fiktivnog prikaza tog rada u filmovima i serijama s posebnim naglaskom na analizu stereotipa i narativa koji oblikuju profesionalni imidž, posebno u

kontekstu moći, etike i profesionalnog identiteta. Također, potiče kritičko promišljanje o društvenoj ulozi profesije, naglašavajući potrebu za realnijim, odgovornijim i etički uravnoteženim prikazima u medijima kako bi se spriječilo širenje dezinformacija o radu stručnjaka za odnose s javnošću. Otvara prostor za buduća istraživanja, posebno u vezi s percepcijom struke kod mladih ljudi i studenata koji se obrazuju za karijeru u komunikacijama, čime rad ima i obrazovnu i profesionalno-usmjerenu vrijednost.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je kao mentorica završnog rada uputila studenticu u odabir teme, literature i uz osmišljavanje i konceptualizaciju metodološkog dijela rada pridonijela postavljanju teorijskog dijela rada, prevela rad te ga adaptirala u format znanstvenog rada.

2.2.3 Članak a2

Rad: Odak Krasić, S., Pavlović, V. (2021). Analiza verbalne komunikacije i usporedba pobjedničkih govora posljednja tri predsjednika Republike Hrvatske, *Suvremene teme : međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti*, 12(1), 49-56, doi:10.46917/st.12.1.3

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad, pisan na hrvatskom jeziku, pisan u koautorstvu sa studentom, objavljen u časopisu *Suvremene teme* indeksiranom u ProQuest bazi što ga kategorizira kao a2 rad.

Broj bodova: 0,25¹

Tema rada: Analiza verbalne komunikacije predsjednika država često je fokus istraživanja u kojem se uspostavljaju otkloni i prakticiranja preporuka standarda jezika i retorike. Istovremeno se u komparativnim analizama pokušava doći do distinkcija i sličnosti iste razine govora na istim funkcijama od različitih subjekta (govornika). Upravo

¹ Drugi rad istog časopisa: vrijednost boda se ponderira sukladno Pravilniku čl. 17 st. 10 „*Objavljivanjem znanstvenih radova u istom znanstvenom časopisu ili s istog znanstvenog skupa (različitih godišta) može se ostvariti najviše polovica potrebnog broja bodova određene skupine...*“ polovica potrebnog broja iznosi 1 zbog čega se ovom a2 radu oduzima 0,5 boda vrijednosti (do potrebne polovice za docenta odnosno 1 cijeli bod u a2 kategoriji).

je predmet ovoga rada bila analiza verbalne komunikacije pobjedničkih govora troje odabranih predsjednika Republike Hrvatske (Ive Josipovića, Kolinde Grabar Kitarović i Zorana Milanovića) u kojem je cilj bila komparacija i analiza sadržaja govora. Analizama je zaključeno da postoje otkloni i nedostaci svakog pojedinog govora, no ne u svim dijelovima i stavkama, ali i prednosti govornika te njegove vještine i znanja implementirani u govorno ostvarenje. Rad je prikaz sustavnog istraživanja glavnih alata verbalne komunikacije koji su krucijalni u javnoj retorici te se, ujedno, dalo na značenju estetskog izraza govora u političkom diskursu. U radu su iznesena teoretska obilježja, postavljena istraživačka pitanja u skladu s predstavljenom temom te, naposljetku, izrečeni argumentirani zaključci. Glavni cilj istraživanja bio je odrediti razlike i sličnosti govorne izvedbe, retoričkoga dizajna i argumentacije pobjedničkih govora odabranih predsjednika. Pokušalo se odrediti na čemu grade vjerodostojnost u govoru, postaviti sveukupni dojam pojedinog govornika te uz to uključiti faktor okoline. Nastojalo se utvrditi količinu korištenja modalnih izraza i retoričke figurativnosti, postojanje eventualnih argumentacijskih pogrešaka, ali i utvrditi zdravlje govornoga aparata te uspješnost govorne izvedbe. Nije se izbjeglo postaviti sveukupni dojam pojedinog govornika, ali i odrediti na čemu ti isti subjekti grade vjerodostojnost u govoru, uz uključen faktor okoline. Rezultati istraživanja potvrdili su sve tri postavljene hipoteze.

Znanstveni doprinos rada: Rad doprinosi preciznijem razumijevanju načina na koji političari oblikuju vjerodostojnost i autoritet kroz verbalnu komunikaciju. Također, identifikacija retoričkih slabosti i snaga govora svakog predsjednika donosi nove teorijske uvide koji mogu biti korisni u edukaciji budućih govornika, političara i stručnjaka za javnu komunikaciju. Ovim radom unapređuje se znanstvena rasprava o kvaliteti javnog govora u hrvatskom političkom prostoru te se postavljaju temelji za daljnja istraživanja na području političke komunikacije, govorništva i odnosa s javnošću.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je kao mentorica završnog rada osmislila metodološki koncept te ga adaptirala u format znanstvenog rada.

2.2.4 Članak a2

Naslov: Kraus, D., Odak Krasić, S., Volarević, M. (2021). Utjecaj novih medija na turističke navike hrvatskih i stranih studenata // Proceedings of the 5th International

Scientific and Professional Conference “The Challenges of Today” / Filiposki, Oliver ; Metodijeski, Dejan ; Zlatovic, Dragan (ur.). Šibenik: Veleučilište Šibenik, 2021. str. 215-224 dostupno: [Proceedings-5th-International-COT-Conference-2021.pdf](#)

Kategorizacija rada: prethodno priopćenje, pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u zborniku međunarodnog znanstvenog skupa u suorganizaciji akademske institucije što ga kategorizira kao a2 rad.

Broj bodova: 0,75

Tema rada: Utjecaj novih medija na turističke navike hrvatskih i stranih studenata primjer je rada koji osvještava ulogu digitalnih komunikacijskih kanala, s posebnim naglaskom na društvene mreže, u procesu informiranja, odlučivanja i planiranja putovanja među studentskom populacijom. Fokus istraživanja bila je identifikacija razlika i sličnosti u turističkim navikama hrvatskih i stranih studenata koji studiraju u Hrvatskoj. Istraživanje je provedeno metodom ankete, a analizirani su podatci o preferiranim izvorima informacija, motivima za putovanje, razini povjerenja u sadržaj na društvenim mrežama te o utjecaju influencera i recenzija u oblikovanju mišljenja o destinacijama. Glavni fokus rada stavljen je na digitalne komunikacije i društvene mreže kao glavnih kanala suvremene turističke promocije, s naglaskom na činjenicu da studenti informacije više ne traže putem tradicionalnih izvora, već putem vizualno privlačnih i interaktivnih sadržaja na Instagramu, YouTube kanalima i TikTok-u. U radu se također razmatra važnost autentičnosti i personalizacije poruka, što je ključno za učinkovito komuniciranje s mladim putnicima. Istraživanje pokazuje da su novi mediji i društvene mreže ključni čimbenici u oblikovanju percepcije destinacija i donošenju odluka o putovanjima, čime dolazi do transformacije klasičnih komunikacijskih modela u turizmu.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos rada očituje se u višedimenzionalnom istraživanju utjecaja digitalne komunikacije i društvenih mreža na formiranje turističkih preferencija među mladima. Istraživanje doprinosi području digitalne komunikacije posebice u području turizma. Također, rad jasno pokazuje pomak od tradicionalnih marketinških i promotivnih kanala prema digitalnim, vizualno i emocionalno usmjerenim komunikacijskim platformama, čime se mijenjaju modeli donošenja odluka kod mladih putnika. Također, nije za zanemariti ni praktična primjenjivost rezultata – rad nudi vrijedne

uvide turističkim zajednicama, marketinškim stručnjacima i donositeljima odluka koji žele bolje razumjeti kako komunicirati s mladim putnicima i kako oblikovati sadržaje koji utječu na njihovu percepciju i ponašanje.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je izradila grafikone te interpretirala dobivene rezultate.

2.2.5 Članak a2

Naslov: Schildenfeld, I., Odak Krasić, S. (2020). Potentials and Possibilities of Branding Intangible Cultural Heritage Using the Example of Šibenski botun, *Suvremene teme*, međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti, 11(1). doi:10.46917/st.11.5

Kategorizacija rada: prethodno priopćenje, rad pisan na engleskom jeziku, pisan u koautorstvu sa studentom, objavljen u časopisu *Suvremene teme* indeksiranom u ProQuest bazi što ga kategorizira kao a2 rad.

Broj bodova: 0²

Tema rada: Šibenski botun, kao simbol tradicije i kulturnog identiteta grada Šibenika, predstavlja važan element lokalne baštine koji ima potencijal za prepoznavanje i valorizaciju u kontekstu kulturnog turizma. Glavni zadatak ovoga rada bio je analizirati kako šibenski botun može postati ključni element u strateškom komuniciranju, kroz brendiranje grada, ističući njegovu povezanost s lokalnim identitetom, ali i širim kulturnim okvirom. Rad se temelji na istraživanju percepcije lokalne zajednice i turista prema šibenskom botunu, s posebnim naglaskom na njegovu vrijednost u kulturnom turizmu i njegovu ulogu u oblikovanju imidža i reputacije Šibenika. Korištenjem metode ankete i intervjua, istraženi su stavovi i mišljenja ključnih dionika (lokalnih stanovnika, obrtnika, kulturnih radnika i turista) u vezi s ulogom šibenskog botuna u kulturnom identitetu grada, te njegovim potencijalom za razvoj turističkih i marketinških strategija koje mogu povećati prepoznatljivost i atraktivnost destinacije. Dodana vrijednost rada predstavlja detaljno razmatranje povezanosti nematerijalne kulturne baštine na formiranje identiteta

² rad se ne računa jer je to treći rad u istom časopisu koji nije Q1 ili Q2.

destinacije, oblikovanje njenog imidža i izgradnju pozitivne reputacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

Znanstveni doprinos rada: Očituje se u tri ključna smjera, posebno u vezi s razvojem identiteta unutar strateškog komuniciranja, imidža i reputacije destinacije kroz brendiranje nematerijalne kulturne baštine. Brendiranje nematerijalnog kulturnog dobra može pomoći u stvaranju jasne i autentične naracije koja se povezuje s jedinstvenim kulturnim obilježjima, čime se jača lokalni identitet uz pomoć komunikacijskih aktivnosti.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je kao mentorica završnog rada osmislila metodološki okvir te ga adaptirala u format znanstvenog rada.

2.3 Znanstveni radovi u kategoriji a3 u području društvenih znanosti, u polju komunikacijskih znanosti

2.3.1 Članak a3

Naslov: Blažević, N., Bušić, J., Odak Krasić, S. (2019). Fenomen reality televizije: od zabave do edukacije. *Communication Management Review*, 4(1), 248-269. doi:10.22522/cmr20190150

Kategorizacija rada: prethodno priopćenje, rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen *Communication Management Review*, radovi koji nisu a1 i a2.

Broj bodova: 0,50

Tema rada: Iako je *reality* i danas iznimno popularan format, više se ne koristi u svrhu socioloških istraživanja ponašanja ljudi u različitim situacijama, kao primjerice simulirana Ekspedicija na Mars u kojoj se željelo vidjeti kako bi se mala skupina ljudi snašla na Marsu u slučaju da Zemlja više nije naseljiva. Upravo velika gledanost uzrokuje i pojavu velikog broja šokantnih emisija. Protivnici realityja smatraju da on zaglupljuje, dok s druge strane zagovaratelji smatraju da služi samo kao dobra zabava. Glavni je cilj ovoga rada bio istražiti mogu li reality programi, osim što su zabavni, imati i edukativne karakteristike. Također, željelo se istražiti zašto publika gleda takve sadržaje, identificira li se s njima i razumije li njihovu sociološku vrijednost. Velika raznolikost žanrova reality programa

pokazuje da ih se ne može gledati jednostrano kao isključivo zabavu ili isključivo edukaciju jer je to upravo mješavina tih dvaju segmenata. Neki programi svoj sadržaj više temelje na zabavi, kao Survivor ili Skrivena kamera, a drugi kroz zabavu žele educirati gledatelja u kvizovima ili kulinarskim emisijama poput Masterchefa ili Života na vagi. Preporuke hrvatske Agencije za elektroničke medije namijenjene medijskim djelatnicima, roditeljima i nastavnicima o tomu da reality programi mogu sadržavati štetne sadržaje za djecu i mlade, za one koji ih samo gledaju te za one koji u njima sudjeluju iznimno je vrijedan dokument. Također je i podloga za daljnja istraživanja i proučavanja ovog fenomena jer se takav sadržaj razvija kroz nove žanrove kojima nije isključivi cilj privlačenje publike kroz senzaciju, skandale, stereotipe i predrasude, već se neki protagonisti stavljaju u službu pokazivanja i poticanja na upoznavanje pa i edukaciju o područjima koja su publici zanimljiva, a vrlo često i nedohvatljiva.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos rada je u novom pristupu analizi socijalnog aspekta reality programa, posebno u kontekstu identifikacije gledatelja s protagonistima programa i njihove percepcije društvenih vrijednosti koje programi prikazuju. Iako je temeljna svrha mnogih reality emisija zabava, rad pokazuje da publika može biti izložena i obrazovnim elementima koji proširuju njihovo razumijevanje određenih tema. Ovaj aspekt istraživanja doprinosi širem znanstvenom razmatranju o ulozi medija u oblikovanju društvenih normi i stavova, te u razumijevanju kako medijski sadržaji mogu biti korišteni u svrhu društvene edukacije.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je izradila grafikone te interpretirala dobivene rezultate.

2.3.2 Članak a3

Naslov: Togonal, M., Odak Krasić, S. (2016). Language culture: students' views on language culture and the need for its institutionalization at the tertiary level of education // Proceedings of the 4th international OFEL conference on governance, management and entrepreneurship : new governance for value creation : towards stakeholding and participation / Tipurić, Darko; Kovač, Ivana (ur.). Zagreb: CIRU - Governance Research

and Development Centre, University of Dubrovnik – Department of Economics and Business Economics. 1107-1121

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad, pisan na engleskom jeziku, objavljen u međunarodno recenziranom zborniku koji nije indeksiran u propisanim bazama za a2 kategoriju što ga kategorizira kao a3 rad.

Broj bodova: 0,50

Tema rada: Uvidi i nalazi koji su dobiveni istraživanjem 637 studenata s deset visokih učilišta u Zagrebu pružaju reprezentativan uvid u njihove stavove prema važnosti održavanja i unapređenja jezične kulture. U radu je jasno istaknuta potreba za formalnom institucionalizacijom nastave hrvatskog jezika na visokoškolskim institucijama, što doprinosi standardizaciji i sustavnom pristupu očuvanju jezične kulture. Autorice su precizno naglasile važnost jezika kao integralnog dijela nacionalnog identiteta i kulturne baštine, što ima šire implikacije za obrazovne politike i kulturnu politiku. U odnosima s javnošću jezik je ključan alat – njime se gradi povjerenje, oblikuje imidž organizacije i prenosi poruka ciljanoj publici. Jasna, točna i primjereno stilizirana komunikacija izravno utječe na reputaciju i kredibilitet. Nedostatak jezične kulture može ostaviti dojam neprofesionalnosti i negativno utjecati na reputaciju organizacije koju zastupaju. Kultura izražavanja, biranje riječi i stil komunikacije ključni su u oblikovanju pozitivnih narativa i izbjegavanju konflikata ili nesporazuma i u svakodnevnoj komunikaciji te osobnoj (samo)promociji.

Znanstveni doprinos rada: Ovaj rad doprinosi razumijevanju uloge jezične kulture u visokom obrazovanju i pruža empirijske osnove za razvoj obrazovnih politika koje promiču očuvanje i unapređenje jezika kao ključnog elementa nacionalnog identiteta.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je obradila podatke, izradila grafikone te interpretirala dobivene rezultate.

2.3.3 Članak a3

Naslov: Cvrtila, V., Odak Krasić, S. (2015). Sekuritizacija i suvremeni izazovi upravljanja otpadom // Međunarodni znanstveno-stručni simpozij Uloga komunikacije u gospodarenju

otpadom, Zadar 2015.: zbornik radova = International scientific and professional symposium role of communication in waste management, Zadar 2015 Zadar, Hrvatska, 273-284

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad, pisan na engleskom jeziku, objavljen u međunarodno recenziranom zborniku koji nije indeksiran u propisanim bazama za a2 kategoriju što ga kategorizira kao a3 rad.

Broj bodova: 0 – nije u polju komunikacijskih znanosti.

Tema rada: Rad nudi vrlo relevantan i uvijek aktualan doprinos razumijevanju kako se pitanja izvan tradicionalne domene sigurnosti – konkretno, pitanja okoliša i zbrinjavanja otpada – mogu transformirati u sigurnosna pitanja kroz proces sekuritizacije, kako ga definira Kopenhaška škola sigurnosti. Autori jasno prikazuju kako se kroz govorne činove i javnu komunikaciju jedan lokalni problem u širem javnom diskursu može konstruirati kao prijetnja, čime se mijenja način na koji ga društvo i politički akteri percipiraju i na njega reaguju. Time se potvrđuje teza da sigurnosna značenja ne proizlaze nužno iz same prirode problema, već iz načina na koji su problemi predstavljeni javnosti – primjerice, upotrebom izraza koji izazivaju strah, hitnost i polarizaciju. Rad vrlo dobro pokazuje kako sekuritizacija može imati i kontraproduktivan učinak, osobito u kontekstu lokalnih zajednica, gdje se generira otpor i građanski neposluh, umjesto konstruktivne suradnje s vlastima. Pritom se zanemaruju širi, opći interesi zajednice – poput potrebe za sustavnim i sigurnim gospodarenjem otpadom – jer sekuritizirani diskurs potiče emocionalne reakcije i iracionalne odluke.

Znanstveni doprinos rada: Jedan od ključnih doprinosa rada je u kritičkoj analizi posljedica sekuritizacije, među kojima se posebno ističe: (1) polarizacija javnosti, gdje se protivnici određenog rješenja označavaju kao prijetnja, (2) zatvaranje prostora za dijalog i kompromis, jer se sigurnosni diskurs temelji na logici "mi protiv njih" i (3) blokiranje realizacije dugoročnih i održivih rješenja, jer se fokus preusmjerava s problema na borbu za političku ili narativnu dominaciju. Ovaj rad pruža važan doprinos interdisciplinarnom povezivanju političke komunikacije, sigurnosnih studija i javne politike, a posebno je koristan za razumijevanje kako se okolišna pitanja mogu koristiti (ili zloupotrijebiti) u javnom i političkom prostoru. Istodobno otvara prostor za raspravu o odgovornosti

političkih aktera i medija u oblikovanju javnog mnijenja te o potrebi za transparentnijom i stručnijom komunikacijom kad su u pitanju pitanja od općeg interesa poput zaštite okoliša i upravljanja otpadom.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je sudjelovala u provedbi istraživanja kroz analizu odabranih primjera.

2.3.4 Članak a3

Naslov: Togonal, M., Odak Krasić, S. (2015). A Comparative Analysis of Language-communications perception in Public Relations. Reconciling – the Traditional and Contemporary. The New Integrated Communication. Zagreb, str. 606. – 622. (ISBN 978-953-58317-1-6)

Kategorizacija rada: izvorni znanstveni rad, pisan na engleskom jeziku, objavljen u međunarodno recenziranom zborniku koji nije indeksiran u propisanim bazama za a2 kategoriju što ga kategorizira kao a3 rad.

Broj bodova: 0,50

Tema rada: Sam naslov rada, Komparativna analiza percepcije jezično-komunikacijske kulture u odnosima s javnošću: Pomirenje tradicionalnog i suvremenog – nova integrirana komunikacija, ukazuje na kompleksnost same teme. Sam rad bavi se istraživanjem percepcije jezične i komunikacijske kulture unutar struke odnosa s javnošću, promatrajući razlike između tradicionalnog i suvremenog pristupa komuniciranju. U središtu je analize pitanje kako stručnjaci za odnose s javnošću, ali i studenti – budući profesionalci u tom području – percipiraju važnost jezika, stila, izražavanja i komunikacijskih normi u svakodnevnoj profesionalnoj praksi. Istraživanje je provedeno tijekom ožujka i travnja 2015. na pet visokih učilišta i sveučilišta u Republici Hrvatskoj, a obuhvatilo je ukupno 250 ispitanika (studenata) te je istovremeno anketirano i 11 djelatnika (PR praktičara) koji rade u agencijama za odnose s javnošću. U kontekstu sve veće dominacije digitalnih medija, brze komunikacije i multikanalnog pristupa javnosti, cilj je bio istražiti u kojoj mjeri su klasične jezične vrijednosti (poput jasnoće, točnosti, pravilnosti i stila) još uvijek relevantne i kako se uklapaju u dinamične komunikacijske modele današnjice te koliko

se stavovi praktičara i budućih praktičara (studentata) razlikuju. Rezultati ankete pokazali su da postoji određena razlika između samoprocjena studentata o njihovim jezično-komunikacijskim vještinama i sposobnosti da ih nauče primijeniti u specifičnim situacijama, te procjene stručnjaka iz agencija za odnose s javnošću o jezično-komunikacijskoj pripremljenosti studentata/novozaposlenih radnika za samostalan rad.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos ovog rada jest u jedinstvenom povezivanju lingvistike, komunikologije i odnosa s javnošću. Daje uvid u rezultate istraživanja percepcije jezične i komunikacijske kulture unutar struke odnosa s javnošću, promatrajući razlike između tradicionalnog i suvremenog pristupa komuniciranju

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je provela anketu (među studentima) obradila podatke, izradila grafikone te interpretirala dobivene rezultate.

2.3.5 Članak a3

Naslov: 1. Odak Krasić, S., Šaravanja, I. (2015). Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao način financiranja djelovanja udruga // *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*. 5(2). 115-131

Kategorizacija rada: prethodno priopćenje, rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u časopisu *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, radovi objavljeni u časopisu referiraju se u: ERIH PLUS - European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences ROAD - Directory of Open Access Scholarly Resources CEJSH - Central European Journal Of Social Sciences And Humanities J-Gate Index Copernicus što ga kategorizira kao a3 rad

Broj bodova: 0 – nije u polju komunikacijskih znanosti.

Tema rada: Koncept socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj prisutan već više od desetljeća no, ideje takvog načina društvenog djelovanja još uvijek nisu dovoljno razvijene, poznate i priznate. Načela društvenog poduzetništva još se ne percipiraju kao jedan od načina financijskog doprinosa aktivnostima organizacija unutar zajednice koja se bavi društvenim problemima. Socijalni poduzetnici ne pokreću poslove isključivo radi profita, već i zbog rješavanja konkretnih društvenih problema poput siromaštva,

nezaposlenosti, klimatskih promjena, mentalnog zdravlja, itd. Mladima je to često privlačno jer žele ostaviti pozitivan trag u svijetu i to kroz konkretne aktivnosti objašnjavanja društvenog utjecaja projekta, gradnji povjerenja između šire zajednice i pojedinačnih skupina te kako bi pridobili podršku ključnih dionika odgovornih za uspjeh. Ciljana skupina ovog istraživanja bile su udruge koje se bave mladima, a središnje pitanje bilo je jesu li takve udruge orijentirane prema poduzetničkim inicijativama i u kojoj mjeri. Osnovna hipoteza glasila je da socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno zastupljeno kod udruga koje se bave mladima. Više od 90 posto ispitanika izjavilo je da nisu osnovali socijalno poduzeće i tako potvrdilo tu hipotezu. Taj negativni trend nije posljedica nepoznavanja termina socijalnog poduzetništva jer su gotovo svi ispitanici (88 posto) izjavili da im je poznato značenje tog pojma. Pritom je važno istaknuti da ispitane udruge nisu nedavno osnovane, već djeluju dugi niz godina – čak 67 posto ispitanih udruga posluje između šest i 15 godina, a 15 posto udruga djeluje više od 16 godina – te imaju itekako relevantno iskustvo i znanje o mogućnostima financiranja svojih aktivnosti.

Znanstveni doprinos rada: Ovaj rad istražuje socijalno poduzetništvo. Provedeno istraživanje vrijedan je doprinos razumijevanju važnosti socijalnog poduzetništva. Također, dobiveni rezultati istraživanja jasno i nedvosmisleno ukazuju na potrebu budućih dubljih istraživanja koja bi se trebala usmjeriti na djelovanje udruga koje se bave mladima i njihove aktivnosti u pogledu osnivanja socijalnih poduzeća kao posljedice prepoznavanja mogućnosti koncepta socijalnog poduzetništva.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je obradila podatke, izradila grafikone te interpretirala dobivene rezultate.

2.3.6 Članak a3

Naslov: Borčić, N., Despot, J., Odak Krasić, S. (2015). Ethos building strategies in the political discourse on the example of pre-election debates for the president of The Republic of Croatia // *Medijski dijalozi* : časopis za istraživanje medija i društva. 8(21). 323-338

Kategorizacija rada: - prethodno priopćenje, rad pisan na engleskom jeziku, objavljen u časopisu *Medijski dijalozi*, časopisu za istraživanje medija i društva, što ga kategorizira kao a3 rad.

Broj bodova: 0,5

Tema rada: Glavna tema ovoga rada je analiza političkog diskursa na primjeru televizijskih sučeljavanja predsjedničkih kandidata, u prvom krugu, na izborima za predsjednika Republike Hrvatske 2014. Poseban naglasak stavljen je na ispitivanje osnove komunikacijskih strategija kandidata, koje se odnose na izgradnju etosa kroz uporabu određenih vrsta tvrdnji i argumenata. Cilj rada bio pokazati heterogenost u komunikacijskim stilovima i identifikacija moguće strategije izgradnje etosa, naglasak je stavljen na analizi vještine argumentacije. Baza za kvalitativna analiza sadržaja sastojala se od sljedećih analiza (1) Gramatičke analize izjave/odgovora: analizirani su relevantni sintaktički i semantički odnosi između rečenica teksta te se provodila morfološka analiza sastavnih rečenica. Također, provedena je i (2) tematska analiza strukture: analiza kognitivnih korelacija koje tekst stvara sa svojim sadržajem. Prije istraživanja pretpostavljalo se, a istraživanje je potvrdilo, da u diskursu dominiraju vrijednosni sudovi kao način izražavanja stava. Navedeno je dominantno u političkoj komunikaciji jer se upravo prikazivanjem ili kritiziranjem određenih segmenata neke teme potiče ili gubi podrška (potencijalnih) birača. Rezultati su pokazali kako su u izjavama Grabar-Kitarović i Josipović dominantni bili argumenti *ad rem*, a u izjavama Sinčića i Kujundžića dominantni su bili argumenti *ad hominem*. Iz navedenog se može zaključiti da su argumenti *ad rem* učinkovitiji u ostvarivanju informativnih i uvjerljivih jezičnih funkcija, budući da je u prvom izbornom krugu, prema rezultatima predsjedničkih izbora u Hrvatskoj održanih 28. prosinca 2014., 38,46% građana glasalo za Ivu Josipovića kandidata SDP-a dok je 37,22% glasalo je za Kolindu Grabar-Kitarović, 16,42% glasalo je za Ivana Vilibora Sinčića i 6,30% za Milana Kujundžića.

Znanstveni doprinos rada: Zahvaljujući provedenom istraživanju rad doprinosi preciznijem razumijevanju načina na koji političari oblikuju vjerodostojnost i autoritet kroz verbalnu komunikaciju u jednom specifičnom formatu – međusobnog sučeljavanja ideja i mišljenja. Također, identifikacija retoričkih snaga i slabosti govora donosi konkretne uvide koji mogu biti korisni u edukaciji budućih govornika, političara i stručnjaka za javnu komunikaciju. Ovim radom unapređuje se znanstvena rasprava o kvaliteti javnog govora u hrvatskom političkom prostoru te se daju jasne smjernice za daljnja istraživanja na području političke komunikacije, govorništva i odnosa s javnošću.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je analizirala dio korpusa, obradila podatke, izradila grafikone te interpretirala dobivene rezultate.

2.3.7 Članak a3

Naslov: Odak Krasić, S., Sedak, K., Sivrić, A. (2014). Stereotipi i predrasude o Hercegovcima // Suvremena pitanja : časopis za prosvjetu i kulturu. 9(17). 146-161

Kategorizacija rada: prethodno priopćenje, rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u časopisu Suvremena pitanja : časopis za prosvjetu i kulturu, časopis je u bazama DOAJ, Hrčak, Erih Plus, EBSCO, CEEOL i Slavus što ga kategorizira kao a3 rad.

Broj bodova: 0 – nije u polju komunikacijskih znanosti.

Tema rada: Živimo u svijetu predrasuda i stereotipa a objekti predrasuda bili su, i još uvijek jesu, najčešće vjera, rasa, etničke manjine, spol i drugo. U najširem značenju predrasude su tvrdnje uz koje se pridružuje uvjerenost u njihovu točnost – iako te tvrdnje nisu potkrijepljene činjenicama niti zasnovane na argumentima nego su donesene bez prethodnog provjeravanja njihove točnosti i bez prethodnog razmišljanja o tome. Razvoj stereotipa i predrasuda te obilježavanja stavova, pojedinaca, nacionalnosti, religije, rase ili narodnosti odvija se prema trajnom obrascu – neovisno o vremenu, prostoru i posebnostima nositelja, tako da se unutar svakog pojavnog oblika može prepoznati univerzalna struktura odnosa. Cilj istraživanja bio je ispitati nazočnost predrasuda i stereotipa o Hercegovcima, poglavito u Zagrebu. Istraživanje je bilo usmjereno na propitivanje postojanja predrasuda i stereotipa o Hercegovcima, a ne njihov utjecaj. Ipak, s obzirom na to da je riječ o povezanim fenomenima, neki su segmenti istraživanja bili u kontekstu mogućeg utjecaja predrasuda i stereotipa o Hercegovcima u svakodnevnoj komunikaciji i zaključivanju. Anketno ispitivanje je provedeno na 542 prigodno odabrane elektroničke adrese te je isto bilo postavljeno i dostupno i na društvenoj mreži Facebook. Zaključno, cilj rada bio je istražiti postoje li stereotipi i predrasude o Hercegovcima, može se reći da je cilj u cijelosti ostvaren i hipoteza višestruko potvrđena.

Znanstveni doprinos rada: Proučavanje predrasuda i stereotipa ključno je za razotkrivanje njihove društvene štetnosti, jer ukazuje na to kako takvi obrasci mišljenja i ponašanja oblikuju negativne percepcije drugih, često bez stvarne osnove. Stereotipi i

predrasude ne samo da ograničavaju slobodu izražavanja i međusobno razumijevanje, već dugoročno narušavaju i izgradnju osobnog i kolektivnog identiteta te pozitivnog imidža. Njihovo razotkrivanje kroz kritičku analizu omogućuje razvoj društvene svijesti, potiče inkluzivniji dijalog te doprinosi smanjenju diskriminacije u javnom i privatnom prostoru. Ovaj rad skroman je doprinos sagledavanju problema predrasuda i stereotipa o Hercegovcima, poglavito u Zagrebu te pitanja predrasuda i stereotipiziranja općenito.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je kao mentorica završnog rada predložila metodološki okvir, pomogla kod izbora literature i prikupljanja dosadašnjih istraživanja te ga adaptirala u format znanstvenog rada.

2.3.8 Članak a3

Naslov: Skoko I., Odak S. (2008) Studenti novinarstva i mediji, HUM 4, Filozofski fakultet Mostar, Mostar

Kategorizacija rada: pregledni članak, rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u časopisu Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru časopis je u bazama DOAJ, Hrčak, Erih Plus, EBSCO, CEEOL i Slavus no budući da rad nije indeksiran što ga kategorizira kao a3 rad

Broj bodova: 0,50

Tema rada: Glavni fokus rada bio je ispitati kakva je percepcija medija među studentima novinarstva na Filozofskom fakultetu u Mostaru. Kroz istraživanje stavova, navika i očekivanja studenata, autori su nastojali prikazati kako mladi budući novinari doživljavaju ulogu medija u suvremenom društvu, kako vrednuju medijske sadržaje te koliko im vjeruju. Poseban naglasak stavljen je na kritičku medijsku pismenost i odnos studenata prema različitim vrstama medija – tiskanim, elektroničkim i digitalnim. Rad uključuje empirijsko istraživanje provedeno među studentima novinarstva, a rezultati ukazuju na postojanje određenih paradoksa – iako studenti pokazuju visok interes za medije i imaju jasne stavove o njihovoj društvenoj ulozi, istovremeno izražavaju nepovjerenje prema kvaliteti i objektivnosti medijskog izvještavanja. Time rad otvara važno pitanje obrazovanja budućih novinara i potrebe za razvojem njihove etičke i profesionalne svijesti, uz jačanje kritičkog pristupa medijima.

Znanstveni doprinos rada: Znanstveni doprinos ovog rada očituje se u istraživanju odnosa između mladih novinara u obrazovanju i njihovih stavova prema medijima, što predstavlja vrijedan uvid u buduće profesionalne orijentacije i očekivanja od novinarstva. Svakako se nazire i nekoliko smjernica za dublje istraživanje pogotovo kad je u pitanju razumijevanje profesionalnog identiteta novinara, identifikaciji obrazovnih potreba u novinarskim programima te, svakako i najvažnije - razvoj kritičke medijske pismenosti među studentima, kao temelja za odgovorno i etično novinarstvo.

Znanstveni doprinos pristupnice: Pristupnica je interpretirala dobivene rezultate.

Članak objavljen na hrvatskom jeziku, kojemu je jedini autor pristupnica jest rad:

Odak Krasić, S. (2022). Studentska percepcija karizmatičnih osoba u Republici Hrvatskoj, *Suvremene teme: međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti*, 13(1), 127-139, doi: 10.46917/st.13.1.6

2.4 Uvjeti za znanstvenog suradnika

Kandidatkinja je priložila sve dokumente potrebne za izbor na radno mjesto docenta. Radovi su uneseni u bazu CroRIS te kandidatkinja ima vidljiv Google Scholar profil. Na temelju popisa radova, potvrde NSK o indeksiranosti, te ostalih priloženih dokumenata, pristupnica je ispunila sve uvjete. Za znanstveno zvanje znanstvene suradnice potrebno je ostvariti najmanje 6 bodova, od čega je najmanje 3 boda u kategoriji A1. Pristupnica je ostvarila 3 boda (A1). Pristupnica je ostvarila 2,50 boda (A2) te 2,50 bodova (A3). Objavila je jedan samostalni rad, pet u koautorstvu sa studentom te ima radove na i hrvatskom i na engleskom jeziku.

Radi preglednosti, tablični prikaz ostvarenih bodova izgleda ovako:

Tablica 1. Popis radova pristupnice razvrstanih u skupine

Naziv rada	Kategorija	Citatne baze	Broj bodova
1. Miljković Krečar, I., Odak Krasić, S. (2023). Analiza zadovoljstva različitim aspektima studiranja završenih studenata Sveučilišta VERN', Radovi Zavoda za	a1	Zbornik radova sa HAZU kao suizdavačem	1

znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru Vol. , No. 17. str. 345-364 doi: 10.21857/ydkx2cv429			
2. Vučković, M., Odak Krasić, S., Volarević, M. (2021). Komunikacija hrvatskih političara na Instagramu za vrijeme pandemije COVID-19: prema kome, kako i s kojim učinkom?, Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, 27(2), 59-82. doi: 10.22572/mi.27.2.3	a1	Rad je objavljen u časopisu zastupljenom u bazama WoSCC i Scopus (Q4)	1
3. Odak Krasić, S., Volarević, M., Vučković, M. (2019). How do Croatian tourist boards promote destinations online? Content analysis of Facebook communication of tourist boards in Croatia // Reflections on Mediterranean : Mediterranean Issues, Book 2 / Jurčević, Katica ; Kaliterna-Lipovčan, Ljiljana ; Ramljak, Ozana (ur.). Zagreb: Institute of Social Sciences Ivo Pilar ; VERN' Group; Croatian Academy of Sciences and Arts (HAZU) ; Euro-Mediterranean Academic Network (EMAN), 2019. str. 419-432	a1	Zbornik radova sa HAZU kao suizdavačem	1
4. Odak Krasić, S. (2022). Studentska percepcija karizmatičnih osoba u Republici Hrvatskoj, Suvremene teme: međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti, 13(1), 127-139, doi: 10.46917/st.13.1.6	a2	ProQuest	0,75 (Prema čl. 11, st. 10 POUZIUZZ)
5. Odak Krasić, S., Bodrožić, T., (2022.) An Analysis of Public Relations Profession Image in Selected Films and Television Shows of American Production // Conference Proceedings Creative Industries and Experience Economy / Budak, Jelena ; Holy, Mirela ; Medić, Rino (ur.). Zagreb: VERN' University ; The Institute of Economics, 2022. str. 115-130	a2	Zbornik s međunarodnog znanstvenog skupa	0,75
6. Odak Krasić, S., Pavlović, V. (2021). Analiza verbalne komunikacije i usporedba pobjedničkih govora posljednja tri predsjednika Republike Hrvatske, Suvremene teme : međunarodni časopis za društvene i	a2	ProQuest	0,25 (Prema čl. 11, st. 10 POUZIUZZ)

humanističke znanosti, 12(1), 49-56, doi:10.46917/st.12.1.3			
7. Kraus, D., Odak Krasić, S., Volarević, M. (2021). Utjecaj novih medija na turističke navike hrvatskih i stranih studenata // Proceedings of the 5th International Scientific and Professional Conference "The Challenges of Today" / Filiposki, Oliver ; Metodijeski, Dejan ; Zlatovic, Dragan (ur.). Šibenik: Veleučilište Šibenik, 2021	a2	Zbornik međunarodnog znanstvenog skupa	0,75
8. Schildenfeld, I., Odak Krasić, S. (2020). Potentials and Possibilities of Branding Intangible Cultural Heritage Using the Example of Šibenski botun, Suvremene teme, međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti, 11(1). doi:10.46917/st.11.5	a2	Zbornik međunarodnog znanstvenog skupa	0 (Prema čl. 11, st. 10 POUZIUZZ)
9. Blažević, N., Bušić, J., Odak Krasić, S. (2019). Fenomen reality televizije: od zabave do edukacije. Communication Management Review, 4(1), 248-269. doi:10.22522/cmr20190150	a3	Druge baze	0,50
10. Togonal, M., Odak Krasić, S. (2016). Language culture: students' views on language culture and the need for its institutionalization at the tertiary level of education // Proceedings of the 4th international OFEL conference on governance, management and entrepreneurship : new governance for value creation : towards stakeholding and participation / Tipurić, Darko; Kovač, Ivana (ur.). Zagreb: CIRU - Governance Research and Development Centre, University of Dubrovnik – Department of Economics and Business Economics. 1107-1121	a3	Druge baze	0,50

11. Cvrtila, V., Odak Krasić, S. (2015). Sekuritizacija i suvremeni izazovi upravljanja otpadom // Međunarodni znanstveno-stručni simpozij Uloga komunikacije u gospodarenju otpadom, Zadar 2015.: zbornik radova = International scientific and professional symposium role of communication in waste management, Zadar 2015 Zadar, Hrvatska, 273-284	a3	Nije u polju komunikacijskih znanosti	0
12. Togonal, M., Odak Krasić, S. (2015). A Comparative Analysis of Language-communications perception in Public Relations. Reconciling – the Traditional and Contemporary. The New Integrated Communication. Zagreb, str. 606. – 622. (ISBN 978-953-58317-1-6)	a3	Druge baze	0,50
13. Odak Krasić, S., Šaravanja, I. (2015). Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao način financiranja djelovanja udruga // Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo. 5(2). 115-131	a3	Nije u polju komunikacijskih znanosti	0
14. Borčić, N., Despot, J., Odak Krasić, S. (2015). Ethos building strategies in the political discourse on the example of pre-election debates for the president of The Republic of Croatia // Medijski dijalozi : časopis za istraživanje medija i društva. 8(21). 323-338	a3	Druge baze	0,50
15. Odak Krasić, S., Sedak, K., Sivrić, A. (2014). Stereotipi i predrasude o Hercegovcima // Suvremena pitanja : časopis za prosvjetu i kulturu. 9(17). 146-161	a3	Nije u polju komunikacijskih znanosti	0
16. Skoko I., Odak S. (2008) Studenti novinarstva i mediji, HUM 4, Filozofski fakultet Mostar, Mostar	a3	Druge baze	0,50

Znanstveno zvanje Docent	Potreban broj bodova			
	a1	a2	a3	Ukupno
	3	2	1	6
Pristupnica dr. sc. Stana Odak Krsić	Ostvaren broj bodova			
	a1	a2	a3	Ukupno
	3	2,50	2,50	8

Radovi kandidatkinje dominantno su iz polja komunikacijskih znanosti, područja odnosa s javnošću, komunikologije te masovnih medija.

3 OPĆI I POSEBNI UVJETI REKTORSKOG ZBORA ZA IZBOR PROPISANIH ZAKONOM O ZNANSTVENOJ DJELATNOSTI I VISOKOM OBRAZOVANJU

3.1 Opći uvjeti rektorskog zbora (nastupno predavanje)

Dr. sc. Stana Odak Krasić, održala je nastupno predavanje u postupku izbora na radno mjesto docenta, dana 29. travnja 2025. godine na Sveučilištu VERN u sklopu redovite nastave na kolegiju "Interno komuniciranje". Održala je nastupno predavanje na temu "Interna komunikacija promjena". Tema predavanja bila je vezana uz primjenu i značaj istraživačkog pristupa u analizi različitih primjera komunikacija u kontekstu kriznog komuniciranja.

Pristupnica je pred članovima povjerenstva, studentima i ostalim nastavnicima pokazala visoku razinu znanja o zadanoj temi. Nastupnom predavanju prisustvovali su članovi stručnog povjerenstva prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić (predsjednica Povjerenstva), prof. dr. sc. Igor Kanižaj, Hrvatsko katoličko sveučilište (član Povjerenstva – nije mogao fizički sudjelovati) i doc. dr. sc. Tamara Kunić, Sveučilište VERN', (članica Povjerenstva), studenti prijediplomskog stručnog studija *Odnosi s javnošću* koji slušaju kolegij *Interno komuniciranje* te drugi nastavnici.

Povjerenstvo je na temelju nastupnog predavanja zaključilo kako je pristupnica u predviđenom vremenu održala cjelovito i strukturirano predavanje na zadanu temu. Svojim nastupom, sadržajem izlaganja, pokazanim znanjem i vještinama, kandidatkinja je zadovoljila sve propisane uvjete nastupnog docentskog predavanja.

Nastupno predavanje dr. sc. Stane Odak Krasić ocijenjeno je pozitivno, a zapisnik s nastupnog predavanja priložen je ovom izvješću.

3.2 Posebni kriteriji rektorskog zbora

Spomenutom Odlukom od pristupnika se traži i da zadovolje posebne kriterije vrednovanja nastavne i znanstveno-stručne djelatnosti i to: kriterije nastavnog doprinosa; kriterije znanstveno-stručnog doprinosa; te kriterije institucijskog doprinosa. Za izbor u zvanje docenta, treba zadovoljiti najmanje jedan uvjet iz prve dvije skupine posebnih uvjeta prema općem aktu Rektorskog zbora Republike Hrvatske o nužnim uvjetima za

ocjenu nastavne i znanstveno-stručne djelatnosti u postupku izbora u znanstveno-nastavna zvanja. Tablični prikaz:

POSEBNI UVJETI	
A. Kriterij nastavnog doprinosa	
1. Uvjet mentorstva ili ko-mentorstva pri izradi završnih ili diplomskih radova	Pristupnica je mentorirala ukupno 93 završna rada na studijima Odnosi s javnošću i studij medija te Novinarstvo na Sveučilištu VERN'. Potvrda Sveučilišta VERN' s popisom studenata te tema završnih radova nalazi se u prilogu.
2. Uvjet objavljivanja rada u koautorstvu sa studentom iz područja teme završnog ili diplomskog rada	Pristupnica je u koautorstvu sa studentima objavila pet (5) radova, popisanih i označenih u tablici 1.
3. Uvjet usavršavanja u znanstvenom području ili struci ili nastavi	/
4. Uvjet objavljivanja znanstvene knjige, sveučilišnog udžbenika ili sveučilišnog priručnika u autorstvu ili koautorstvu	/
5. Uvjet inoviranja nastavnog sadržaja	Pristupnica je sudjelovala u inoviranju nastavnog sadržaja na način da je uvela novi kolegij koji je prihvaćen od nadležnoga stručnog tijela visokog učilišta. Pristupnica je autorica silabusa kolegija „Identitet, imidž, reputacija i karizma“ na prijediplomskom sveučilišnom studiju Cyber komunikacija i znanost o mreži Sveučilišta VERN'. Potvrda se nalazi u prilogu.
6. Uvjet mentorstva pri izradi doktorskih disertacija	/
7. Uvjet objavljivanja u koautorstvu sa studentom iz područja teme dokorskog rada	/
8. Uvjet recenziranja studijskih programa, odnosno članstva u povjerenstvu za reakreditaciju studijskih programa	/
9. Uvjet recenziranja	/

znanstvene knjige, sveučilišnog udžbenika ili sveučilišnog priručnika	
10. Uvjet koordiniranja suradnje s nastavnim bazama	/
B. Kriterij znanstvenog doprinosa	
1. Uvjet prezentiranja radova na znanstvenim ili stručnim skupovima (domaćim i međunarodnim)	<p>Pristupnica je do sada aktivno sudjelovala na većem broju znanstvenih skupova. Pristupnica je ukupno u tijeku svojeg znanstvenog djelovanja sudjelovala sa 12 radova na 16 međunarodnih i domaćih znanstvenih skupova. Potvrde/certifikati (dokazi) u prilogu.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ŠKOLA-ODGOJ-OBRAZOVANJE, znanstveni skup u Bjelovaru, 28. rujna 2022. Organizator je Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti - Zavod za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, izlaganje rada Analiza zadovoljstva različitim aspektima studiranja završenih studenata Sveučilišta VERN' (2022) 2. PR, MEDIA & SPORT DAYS MOSTARIENSIS, 7. konferencija PR, Media & Sport Days Mostariensis, 11. studenog 2022., izlaganje rada Studentska percepcija karizmatičnih osoba u Republici Hrvatskoj (2022) 3. The 5th International Scientific and Professional Conference „The Challenges of Today“, 7-8. listopada 2021. u Šibeniku, izlaganje rada Utjecaj novih medija na turističke navike hrvatskih i stranih studenata (2021) 4. Prva međunarodna znanstvena konferencija Creative Future Insights 2021, 13.-14. rujna 2021. u Zagrebu, izlaganje rada An Analysis of Public Relations Profession Image in Selected Films and Television Shows of American Production (2021) 5. International scientific conference Communication Managment Forum 2021 „The post-pandemic world: A bad picture or a good opportunity?“, 19.-20. ožujka 2021. u Zagrebu, izlaganje rada Komunikacija hrvatskih političara na Instagramu za vrijeme pandemije COVID-19: prema kome, kako i s kojim učinkom? (2021) 6. International multidisciplinary scientific conference MIC – VIS 2018, 19.-22. rujna 2021. na otoku Visu, izlaganje radova: 1) The Šibenik Button as an Ideal Platform for the Process of Branding and for the Development of Cultural Tourism i 2) How do Croatian tourist boards promote destinations online? Content analysis of Facebook communication of tourist boards in Croatia (2018) 7. Znanstvena konferencija „Medijski odgoj i zaštita dječjih prava“, 8. prosinca 2017. godine, u organizaciji Edward Bernays Visoke škole za komunikacijski menadžment i Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu Zagreb, izlaganje rada Fenomen reality televizije: od zabave do edukacije (2017) 8. Međunarodna znanstveno-stručna konferencija s područja odnosa s javnošću, integrirane komunikacije i medija PR days Mostariensis, 23. studenoga 2017., predavanje VERN'ov model kao primjer dobre studentske prakse, Mostar (2017.) 9. Sedma regionalna znanstvena konferencija „Vjerodostojnost

	<p>medija: Novinarstvo i ljudska prava“, 19.-20. svibnja 2016. u Zagrebu, predstavljanje rada Analiza komunikacijske mreže kriznih stožera tijekom migracijske krize u Republici Hrvatskoj (2016.)</p> <p>10. Fourth International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship, 15.-16. travnja 2026. u Dubrovniku, izlaganje rada Language culture: students' views on language culture and the need for its institutionalization at the tertiary level of education (2016.)</p> <p>11. International scientific conference Communication Management Forum 2015. on the theme „Reconciling the traditional and contemporary: the new integrated communication“, 8.-9. svibnja 2015. u Zagrebu, izlaganje rada A Comparative Analysis of Language-communications perception in Public Relations. Reconciling – the Traditional and Contemporary (2015.)</p> <p>12. Peta međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo ICEL, 20. listopada 2025. u Zagrebu, izlaganje rada Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao način financiranja djelovanja udruga (2015.)</p> <p>13. Dani kriznog upravljanja, Veleučilište Velika Gorica, 14.-15. svibnja 2025. Velika Gorica izlaganje rada Komunikacija s potrošačima u funkciji prevencije kriznih situacija (2015.)</p> <p>14. Međunarodni znanstveno-stručni simpozij Uloga komunikacije u gospodarenju otpadom, 19.-21. ožujka 2015. u Zadru, predstavljanje rada Sekuritizacija i suvremeni izazovi upravljanja otpadom (2015.)</p> <p>15. Međunarodni znanstveni skup „Društvo i tehnologija 2014 – dr. Juraj Plenković“, Izlaganje na temu „Jezična kultura i hrvatsko društvo – stajališta studenata o nastavi jezične kulture na fakultetima i visokim učilištima“, Opatija (2014.)</p> <p>16. Međunarodna znanstvena konferencija Vjerodostojnost medija, 30. lipnja 2010. u Zagrebu, izlaganje rada na temu Odgovorno novinarstvo – utopija ili stvarnost (2010.)</p>
2. Uvjet pozvanog predavanja na međunarodnom znanstvenom ili stručnom skupu	/
3. Uvjet vođenja ili sudjelovanja u realizaciji znanstveno-istraživačkih projekata MZOS-a	/
4. Uvjet vođenja ili sudjelovanja u realizaciji znanstvenog programa znanstvenih centara izvrsnosti, europskih i međunarodnih kompetitivnih projekata i projekata Hrvatske zaklade za znanost	/

5. Uvjet uređivanja zbornika	/
6. Uvjet recenziranja članaka u časopisima i zbornicima	Pristupnica je recenzirala tri (3) članka za znanstvene ili stručne časopise. Potvrde o recenziranju u prilogu.
7. Uvjet recenziranja projekata	/
8. Uvjet članstva u organizacijskom ili programskom odboru znanstvenog skupa	/
9. Uvjeti objavljivanja stručnih radova ili radova u zborniku znanstveno-stručnog skupa	<p>Pristupnica je u koautorstvu s drugim autorima napisala sljedeće stručne radove:</p> <p>1. Odak Krasić, S., Mikulić Smiljanić, N., Šaravanja, I. (2015) Komunikacija s potrošačima u funkciji prevencije kriznih situacija // Dani kriznog upravljanja: zbornik radova = Crisis management days: book of papers Velika Gorica: Veleučilište Velika Gorica. 877-886</p> <p>Kategorizacija rada: stručni rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u zborniku radova međunarodne konferencije „Dani kriznog upravljanja“</p> <p>2. Odak Krasić, S., Leš, M. (2014). Specifičnost komuniciranja prilikom uvođenja nove modne marke na hrvatsko tržište : studija slučaja Freywille // Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta. 5(1). 119-126</p> <p>Kategorizacija rada: stručni rad pisan na hrvatskom jeziku, rad pisan u koautorstvu sa studenticom, objavljen u časopisu Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta</p> <p>3. Mikulić Smiljanić, N., Odak Krasić, S. (2014). Zaposlenici, ključna javnost internog komuniciranja u kriznim situacijama // Dani kriznog upravljanja : zbornik radova = Crisis management days: book of papers Velika Gorica, Hrvatska. 911-924</p> <p>Kategorizacija rada: stručni rad pisan na hrvatskom jeziku, objavljen u zborniku radova međunarodne konferencije „Dani kriznog upravljanja“</p>
10. Uvjet dobivanja	/

međunarodne ili istaknute domaće nagrade ili priznanja za znanstveni, nastavni ili stručni rad	
11. Uvjet sudjelovanja u programima popularizacije znanosti	<p>Sudjelovanje u podcastima:</p> <p>1. Lov na govor, DigiLab NSK Podcasti, objavljen 9. prosinca 2021. (1.146 pregleda). Autor i voditelj je s pristupnicom razgovarao o govornicima koji imaju sposobnost ostvariti poseban odnos s javnošću. Tražili su odgovor na pitanje: Jesu li za to dovoljne retoričke vještine ili je potrebno još „ono nešto“? Odgovori su se nizali uz analizu nagrađivanih komunikatora, značaj njihovih nastupa, autentičnost u komuniciranju i karizmatičnost govornika. Link: https://www.youtube.com/watch?v=0Zomp3ZQou8</p> <p>2. POWERFUL ME, podcast by SimBex Akademija & Iva Belé, objavljen 20. veljače 2025. (120 pregleda). Podcast POWERFUL ME: ugošćuje inspirativne sugovornike koji svojim iskustvom i znanjem potiču da pojedinci unaprijede sebe. Voditeljica je s pristupnicom u ovoj epizodi razgovarala o tome što čini snažnog i uvjerljivog govornika te kako autentičnost, karizma i osobno brendiranje mogu oblikovati vaš profesionalni i privatni život. Link: https://www.youtube.com/watch?v=1nWJ7HI9rek</p>
C. Kriterij institucijskog doprinosa	
1. Uvjet obnašanja čelne dužnosti	Pristupnica je obnašala čelne dužnosti: prodekanice za studije, pomoćnice rektora za studije i prorektorice za studije. Odluke se nalaze u privitku.
2. Uvjet obnašanja voditeljske dužnosti na ustrojbenoj jedinici visokog učilišta	Pristupnica je obnašala voditeljsku dužnost voditeljice studija. Odluka se nalazi u privitku.
3. Uvjet članstva u sveučilišnim tijelima i voditeljstva u tijelima na sastavnici	Pristupnica je bila članica Savjeta za kvalitetu (predsjednica) te članica Senata Sveučilišta VERN'. Potvrde se nalaze u privitku.
4. Uvjet vođenja ili sudjelovanja u realizaciji sveučilišnih razvojnih projekata ili drugih stručnih projekata	Članica je projektnog tima Sveučilišta VERN' Naziv projekta: Uspostava novog neovisnog provjeravatelja u okviru Sveučilišta VERN te jačanje sustava i procedura provjere informacija u medijskim reakcijama kroz realizaciju partnerstva sa Hrvatskom udrugom digitalnih izdavača. Informacije dostupne na linku: https://turfacto.vern.hr/o-nama/clanovi-redakcije/
5. Uvjet sudjelovanja u vođenju alumni udruga	/
6. Uvjet sudjelovanja u izradi i/ili izvedbi programa cjeloživotnog	/

obrazovanja	
7. Uvjet sudjelovanja u izradi i izvedbi programa transfera znanja i tehnologije.	/
8. Uvjet članstva u međunarodnim ili nacionalnim tijelima za znanost i visoko obrazovanje	/
9. Uvjet članstva u uredništvu znanstvenih i stručnih časopisa	/
10. Uvjet dobivanja nagrade ili priznanja akademskih institucija i udruga	/

U nastavku slijedi tablični pregled stečenih uvjeta Rektorskog zbora i Nacionalnog vijeća za znanost, visoko obrazovanje i tehnološki razvoj.

Pregled prijavljenih uvjeta za koje su priloženi dokazi u prijavi:

Znanstveno-nastavno zvanje	A. Kriterij nastavnog doprinosa	B. Kriterij znanstveno-stručnog doprinosa	C. Kriterij institucionalnog doprinosa
Docent (minimalni broj uvjeta)	1	1	0
Moguće je ispuniti oba uvjeta u jednoj skupini			
dr. sc. Stana Odak Krsić (priloženi dokazi za sljedeći broj uvjeta)	3	4	4

Pristupnica je priložila dokaze o ispunjenju uvjeta Rektorskog zbora i Nacionalnog vijeća za znanost, visoko obrazovanje i tehnološki razvoj za ocjenu nastavne i znanstveno-stručne djelatnosti pristupnika u postupku izbora u znanstveno-nastavna zvanja (NN 122/2017). Uvidom u dokaze, dr. sc. Stana Odak Krsić ispunila je opće i potrebne posebne uvjete. U kategoriji A.

Kriterij nastavnog doprinosa, pristupnica je ispunila tri uvjeta, pristupnica je mentorirala ukupno 93 završna rada na studijima Odnosi s javnošću i studij medija te Novinarstvo na Sveučilištu VERN'; u koautorstvu sa studentima objavila pet (5) radova te je sudjelovala u inoviranju nastavnog sadržaja na način da je uvela novi kolegij koji je prihvaćen od nadležnoga stručnog tijela visokog učilišta. U kategoriji B. Kriterij znanstvenog doprinosa, kandidatkinja je ispunila četiri uvjeta: pristupnica je ukupno u tijeku svojeg znanstvenog djelovanja sudjelovala sa 12 radova na 16 međunarodnih i domaćih znanstvenih skupova; recenzirala je tri (3) članka za znanstvene ili stručne časopise; objavila tri stručna rada te je sudjelovanje u programima popularizacije znanosti. U kategoriji C. Kriterij institucionalnog doprinosa, kandidatkinja je ispunjava četiri uvjeta: (1) Uvjet obnašanja čelne dužnosti, od 28. veljače 2023. do 28. veljače 2025. obnašala je funkciju prorektorice za studije na Sveučilištu VERN'; (2) Uvjet članstva u sveučilišnim tijelima i voditeljstva u tijelima na sastavnici: kandidatkinja je članica Senata od 9. veljače 2021. i konstituiranja Senata Sveučilišta VERN', (3) Uvjet članstva u sveučilišnim tijelima i voditeljstva u tijelima na sastavnici te (4) Uvjet vođenja ili sudjelovanja u realizaciji sveučilišnih razvojnih projekata ili drugih stručnih projekata: kandidatkinja je članica je projektnog tima Sveučilišta VERN' na projektu: Uspostava novog neovisnog provjeravatelja u okviru Sveučilišta VERN te jačanje sustava i procedura provjere informacija u medijskim reakcijama kroz realizaciju partnerstva sa Hrvatskom udrugom digitalnih izdavača.

4 ZAKLJUČAK, MIŠLJENJE I PRIJEDLOG STRUČNOG POVJERENSTVA

Temeljem iznesenog, stručno povjerenstvo je mišljenja da kandidatkinja **dr. sc. Stana Odak Krsić** zadovoljava sve uvjete za izbor na znanstveno-nastavno radno mjestom docentice u području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti, propisane Zakonom o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti („Narodne novine“ br. 119/22), Pravilnikom o uvjetima za izbor u znanstvena zvanja („Narodne novine“, br. 28/17., 72/19., 21/21. i 111/22.), Odlukom o obliku i načinu provedbe nastupnog predavanja za izbor u znanstveno-nastavna zvanja, umjetničko-nastavna i nastavna zvanja („Narodne novine“, br. 129/05.), Odlukom o nužnim uvjetima za ocjenu nastavne i znanstveno-stručne djelatnosti u postupku izbora u znanstveno-nastavna zvanja („Narodne novine“, br. 122/17 i 120/21.) te

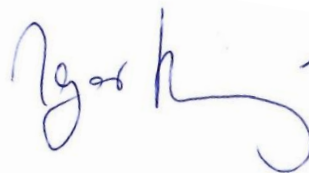
PREDLAŽE

Senatu Sveučilištu VERN' usvojiti Mišljenje ovog stručnog povjerenstva i uputiti ga na potvrdu nadležnom Matičnom odboru za polja informacijskih i komunikacijskih znanosti.

prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić, predsjednica povjerenstva



prof. dr. sc. Igor Kanižaj, član povjerenstva



doc. dr. sc. Tamara Kunić, članica povjerenstva



KLASA: 602-04/25-09/105
URBROJ: 251-717-01/25-956

Zagreb, 17. travnja 2025.

Na temelju Odluke o obliku i načinu provedbe nastupnog predavanja za izbor u znanstveno-nastavna zvanja, umjetničko-nastavna i nastavna zvanja (NN 129/05) i Odluke Senata Sveučilišta VERN od 17. travnja 2025., objavljujem:

NASTUPNO PREDAVANJE

Dr. sc. STANA ODAK KRASIĆ, temeljem zahtjeva za provedbu postupka nastupnog predavanja za izbor na znanstveno-nastavno radno mjesto docentice, iz područja društvenih znanosti, polje komunikacijske znanosti, održat će predavanje na Sveučilištu VERN', na temu:


INTERNA KOMUNIKACIJA PROMJENA

Nastupno predavanje održat će se u utorak 29. travnja 2025. s početkom u 18:50 sati u učionici 44, Palmotićeve ulica 82/1, Sveučilište VERN, pred studentima, nastavnicima i Stručnim povjerenstvom u sastavu:

1. prof. dr. sc. IVANA OGRIZEK BIŠKUPIĆ, Sveučilište Algebra Bernays, predsjednica
2. prof. dr. sc. IGOR KANIŽAJ, Hrvatsko katoličko sveučilište u Zagrebu, član
3. doc. dr. sc. TAMARA KUNIĆ, Sveučilište VERN, članica

Nastupno predavanje održava se u sklopu redovite nastave kolegija „Interno komuniciranje“ prijediplomskog stručnog studija Odnosi s javnošću i studij medija, na Sveučilištu VERN.




Prof. dr. sc. Vedran Mornar
Rektor Sveučilišta VERN

Dostaviti:

1. Oglasna ploča, internetske stranice Sveučilišta VERN'
2. Ivani Vrhovski, voditeljici Odjela za ljudske resurse
3. Kandidatu
4. Članovima Povjerenstva
5. Pismohrani



Članovi stručnog povjerenstva:

prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić, Sveučilište Algebra Bernays, predsjednica

prof. dr. sc. Igor Kanižaj, Hrvatsko katoličko sveučilište, član

doc. dr. sc. Tamara Kunić, Sveučilište VERN', članica

PREDMET: Ocjena nastupnog predavanja dr. sc. Stane Odak Krasić, v. pred.

Odlukom Senata Sveučilišta VERN' od 20. siječnja 2025. godine imenovani smo u Stručno povjerenstvo za davanje mišljenja za izbor na znanstveno-nastavno radno mjesto docent u području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti. Temeljem Odluke o obliku i načinu provedbe nastupnog predavanja za izbor u znanstveno-nastavna zvanja, umjetničko-nastavna zvanja i nastavna zvanja NN 129 2005 (u daljnjem tekstu Odluka) pristupnik koji se prvi put bira u znanstveno-nastavno zvanje, umjetničko-nastavno i nastavno zvanje uz uvjete koje propisuje Rektorski zbor, moraju imati potvrdno ocijenjeno nastupno predavanje pred nastavnicima i studentima.

U postupku ovog izbora na znanstveno-nastavno radno mjesto docent, dana **29. travnja 2025. godine s početkom u 18.50 sati u učionici 44**, Sveučilišta VERN, Palmotićeve ulica 82/1, Zagreb, u sklopu redovite nastave na kolegiju "Interno komuniciranje" pristupnica **dr. sc. Stana Odak Krasić, v. pred.** održala je nastupno predavanje na temu "**INTERNA KOMUNIKACIJA PROMJENA**". Navedeno je Sveučilište VERN' sukladno čl. 3 Odluke javno oglasio objavom od 22. travnja 2025. klasa: 602-04/25-09/105, urbroj: 251-717-01/25-956.

Tema predavanja bila je vezana uz primjenu i značaj istraživačkog pristupa u analizi različitih primjera komunikacija u kontekstu kriznog komuniciranja.

Pristupnica je inicirala interakciju sa studentima te im je postavljala niz pitanja, kao i studenti pristupnici tijekom izlaganja. Na vrlo pristupačan način uz izvrsnu primjenu diskursa kandidatkinja je približila brojne teorijske i praktične primjere. Koristila se prezentacijom u MS PowerPointu te LCD projektorom s visokom kvalitetom slike. Povjerenstvo konstatira da je pristupnica demonstrirala visoku razinu znanja o zadanoj temi te se vidi da ima praktičnog iskustva u području teme predavanja.

Nastupnom predavanju prisustvovali su članovi stručnog povjerenstva u sastavu prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić (predsjednica Povjerenstva), doc. dr. sc. Tamara Kunić, Sveučilište VERN', (članica Povjerenstva), prof. dr. sc. Igor Kanižaj, Hrvatsko katoličko sveučilište (član Povjerenstva) koji nije mogao fizički sudjelovati, studenti prijediplomskog stručnog studija *Odnosi s javnošću* koji slušaju kolegij *Interno komuniciranje* te drugi nastavnici.

Stručno povjerenstvo konstatira da je tijekom predavanja, koje je završilo u 19:35 sati pristupnica pokazala stručnu kompetentnost u pripremi i provedbi predavanja koje je bilo dobro strukturirano, konstatira se primjerenost iznijetog gradiva studentima, govorničke i

prezentacijske vještine te primjereno korištenje informacijsko komunikacijske tehnologije u izvođenju nastave. Nastup pristupnice bio je siguran i opušten, izlaganje razumljivo, a prikaz primjera jasan. Po završetku predavanja uslijedila je rasprava s pitanjima povjerenstva vezanima uz samu temu predavanja te sa studentima na koja je pristupnik odgovorio te dodatno pokazao svoju stručnost.

Temeljem navedenog povjerenstvo smatra da je pristupnica uspješno obradila zadanu temu te da je pokazala visoku razinu predavačkih vještina i stručnosti.

Zaključno, stručno povjerenstvo nastupno predavanje pristupnice dr. sc. Stana Odak Krasić, v. pred. ocjenjuje pozitivnim.

Ova Ocjena nastupnog predavanja sastavni je dio Mišljenja Stručnog povjerenstva u postupku utvrđivanja ispunjenosti kriterija propisanih za znanstveno-nastavno radno mjesto docent u području društvenih znanosti, polju komunikacijskih znanosti.

Zagreb, 29.04.2025. godine

prof. dr. sc. Ivana Ogrizek Biškupić
predsjednica povjerenstva



prof. dr. sc. Igor Kanižaj, član povjerenstva



doc. dr. sc. Tamara Kunić, članica povjerenstva



KLASA: 602-04/25-09/118
URBROJ: 251-717-01/25-1085

Zagreb, 7. svibnja 2025.

Na temelju čl. 53., st. 3. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN 119/2022) i čl. 36. Statuta Sveučilišta VERN, a sukladno izvješću stručnog povjerenstva, Senat Sveučilišta VERN na 40. sjednici održanoj 7. svibnja 2025. godine donosi:

ODLUKU

Prihvća se mišljenje stručnog povjerenstva da **dr. sc. Stana Odak Kراسić** ispunjava kriterije za izbor na **znanstveno-nastavno radno mjesto docentice u znanstvenom području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti**.


Predlaže se Matičnom odboru za polje informacijskih i komunikacijskih znanosti, donošenje odluke o ispunjavanju znanstvenih kriterija za izbor dr. sc. Stane Odak Kراسić na znanstveno-nastavno radno mjesto docentice u znanstvenom području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti.

OBRAZLOŽENJE

Na temelju odluke 38. sjednice Senata Sveučilišta VERN od 17. travnja 2025. godine, pokrenut je postupak izbora dr. sc. Stane Odak Kراسić na znanstveno-nastavno radno mjesto docentice u znanstvenom području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti. Stručno povjerenstvo kojeg je imenovao Senat Sveučilišta VERN u sastavu: prof. dr. sc. IVANA OGRIZEK BIŠKUPIĆ, Sveučilište Algebra Bernays, predsjednica, prof. dr. sc. IGOR KANIŽAJ, Hrvatsko katoličko sveučilište u Zagrebu, član, i doc. dr. sc. TAMARA KUNIĆ, Sveučilište VERN, članica, ocijenilo je da pristupnica dr. sc. Stana Odak Kراسić ispunjava sve propisane uvjete za izbor na znanstveno-nastavno radno mjesto docentice.

Na temelju mišljenja i prijedloga stručnog povjerenstva Senat Sveučilišta VERN donosi odluku kao u izreci.




prof. dr. sc. Vedran Mornar
Rektor Sveučilišta VERN

O tome obavijest:

1. Pismohrana ovdje
2. Matičnom odboru za polje informacijskih i komunikacijskih znanosti
3. Članovima stručnog povjerenstva



**Matični odbor za područje društvenih znanosti
- polja informacijskih i komunikacijskih znanosti**

KLASA: UP/I-640-03/25-01/454
URBROJ: 355-06-04/5-25-02
Zagreb, 16. svibnja 2025.

KLASA: 602-04/25-08/147
URBROJ: 251-717-01/25-1236

27-05-2025

Na temelju članaka 40. i 90. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti („Narodne novine“ broj 119/22., dalje u tekstu: Zakon), Matični odbor za područje društvenih znanosti – polja informacijskih i komunikacijskih znanosti, na 13. sjednici održanoj 16. svibnja 2025. godine donio je

ODLUKU

Dr. sc. STANA ODAK KRASIĆ, Sveučilište VERN, ispunjava uvjete propisane odredbama Pravilnika o uvjetima za izbor u znanstvena zvanja („Narodne novine“, br. 28/17., 72/19., 21/21. i 111/22.) u postupku izbora na slobodno znanstveno-nastavno radno mjesto **docenta** u znanstvenom području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti

Obrazloženje

U skladu sa člankom 40. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN 119/22), pristupnica dr. sc. Stana Odak Krasic podnijela je 17. travnja 2025. zahtjev Sveučilištu VERN, radi pokretanja postupka izbora na slobodno znanstveno-nastavno radno mjesto docenta, u području društvenih znanosti, znanstveno polje komunikacijske znanosti.

Temeljem odredbi članka 40. Zakona, nadležni matični odbor odlukom utvrđuje ispunjava li nastavnik odnosno znanstvenik Nacionalne sveučilišne, znanstvene i umjetničke kriterije, odnosno, u svezi s odredbama članka 119. stavka 6. Zakona, ispunjava li pristupnik uvjete propisane odredbama Pravilnika o uvjetima za izbor u znanstvena zvanja („Narodne novine“, br. 28/17., 72/19., 21/21. i 111/22., dalje u tekstu: Pravilnik) do donošenja te početka važenja novih Nacionalnih sveučilišnih, znanstvenih i umjetničkih kriterija.

Na prijedlog Stručnog povjerenstva imenovanog na sjednici Senata Sveučilišta VERN 17. travnja 2025. godine, a koje je za pristupnicu dalo mišljenje o ispunjenju uvjeta iz Pravilnika te Odluka o nužnim uvjetima za ocjenu nastavne i znanstveno-stručne djelatnosti u postupku izbora u znanstveno-nastavna zvanja („Narodne novine“, br. 122/17. i 120/21.), Senat Sveučilišta VERN na sjednici održanoj 7. svibnja 2025. godine utvrdilo je da pristupnica ispunjava sve uvjete za izbor na slobodno znanstveno-nastavno radno mjesto docenta u znanstvenom području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti.

Matični odbor utvrdio je na svojoj 13. sjednici održanoj 16. svibnja 2025. godine kako pristupnica ispunjava uvjete iz odredbi Pravilnika u postupku izbora na slobodno znanstveno-nastavno radno mjesto docenta u znanstvenom području društvenih znanosti, polju komunikacijske znanosti.

UPUTA O PRAVNOM LIJEKU: Protiv ove odluke pristupnica nema pravo žalbe, ali može pokrenuti upravni spor pred nadležnim Upravnim sudom u roku od 30 dana od dana kada je dostavljena ova odluka. Tužba se predaje nadležnom Upravnom sudu neposredno u pisanom obliku, usmeno na zapiskama ili se šalje poštom odnosno dostavlja elektronički.

predsjednik Matičnog odbora
prof. dr. sc. Danijel Labaš

Dostaviti:

1. dr. sc. Stana Odak Krasic
2. Sveučilište VERN