	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Diplomski studij
	OPIS PREDMETA	


NAZIV PREDMETA	SEMIOTIKA OGLAŠAVANJA				
Šifra	IKN583	ECTS		5	
Status predmeta	Izborni	Akadska godina		2016./2017.	
Godina	II.	Semestar		IV.	
Jezik izvođenja predmeta	hrvatski i engleski				
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta					
Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Vlado Sušac				
Suradnik na predmetu	Ivana Lozo, prof.				
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	15	15	0	0	0
	Izvoditelj nastave				
	Doc. dr. sc. Vlado Sušac		0	0	0
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati				
Cilj predmeta	Cilj je ovog predmeta da se studenti upoznaju sa semiotikom kao općom teorijom znakova i s temeljnim pojmovima iz strukturalne i društvene semiotike da bi ih mogli odgovarajuće primijeniti pri analizi raznovrsnih semiotičkih tekstova u domeni oglašavanja. Uzimajući u obzir sve aspekte znaka kao sastavnice koda i poruke od njegove strukturiranosti kroz sintagmatske i paradigmatičke odnose, kao i svih drugih konotativnih i intertekstualnih relacija generiranih kroz oglašivačku poruku, poseban je cilj da studenti steknu sposobnost kritičkog vrjednovanja takvih poruka, čime se stječu i dodatne mogućnosti kreiranja vlastitih rješenja u oglašavanju.				
Ishodi učenja	Identificirati poruku kao semiotički tekst i pojedinačne označitelje unutar teksta. Provesti odgovarajuću sintagmatsku i paradigmatičku analizu označitelja. Raščlaniti intertekstualne odnose prisutne u poruci. Otkriti raznovrsne kodove unutar teksta i kritički ih prosuditi. Sintetizirati metaforičke koncepte parove analizom srodnih pojedinačnih primjera i kreirati vlastite temeljem istih. Procijeniti kvalitetu oglašivačkih poruka s obzirom na njihovu namjenu.				
Sadržaj predmeta po cjelinama	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema
	1.	1	1 P+1 S	2	Uvod u semiotiku - znakovi
	2.	2	1 P+1 S	2	Ferdinand de Saussure (strukturalizam)
	3.	2	1 P+1 S	2	Charles Sanders Peirce (druga trihotomija)
	4.	2	1 P+1 S	2	Sintagmatska analiza
	5.	3	1 P+1 S	2	Paradigmatička analiza
	6.	3	1 P+1 S	2	A. J. Greimas i semiotički kvadrat
	7.	4	1 P+1 S	2	Denotacija, konotacija, mit
	8.	4	1 P+1 S	2	R. Barthes – retorika oglašivačke ideologije



OPIS PREDMETA

Novinarstvo i odnosi s javnošću

	9.	4	1 P+1 S	2	Konceptualna metafora u oglašavanju	
	10.	4	1 P+1 S	2	Metonimija i sinegdoha u oglašavanju	
	11.	5	1 P+1 S	2	Oznake modaliteta u oglašavanju	
	12.	5	1 P+1 S	2	Intertekstualnost u oglašavanju	
	13.	6	1 P+1 S	2	Postmodernizam i dekonstrukcija	
	14.	7	1 P+1 S	2	Diskurzivne prakse u brendiranju	
	15.	8	1 P+1 S	2	Sociosemiotika oglašivačkog diskursa	
	Obvezna literatura:	<p>1. . Chandler, Daniel: <i>Semiotics: the Basics</i>, Routledge, London, 2002. http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html</p> <p>2. Oswald, Laura R.: <i>Marketing Semiotics – Signs, Strategies and Brand Value</i>, OUP, 2012.</p> <p>3. Kress, G. / Van Luwen, T.: <i>Reading Images</i>, Routledge, London, 2006</p>				
Dopunska literatura:	<p>1. Noeth, Winfried: <i>Priručnik semiotike</i>, Ceres, Zagreb, 2004. (poglavlje: Oglašavanje)</p> <p>2. Traini, S.: <i>Semiotica della comunicazione pubblicitaria</i>, Bompiani, Milano, 2008.</p>					
Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina	Oblik rada		BODOVI		Oblik rada	BODOVI
	Aktivno sudjelovanje na nastavi		20		Referat – Praktični zadaci	
	Domaće zadaće				Eksperimentalni rad	
	Esej				Grupni zadatak (projekt)	
	Seminarski rad		30		Projekt	
	Pismeni ispit		50		Praktični rad	
	Usmeni ispit				Izlaganje seminarskog rada	
	Kolokviji				UKUPNO	100
Napomena:						
Formiranje ocjene		BODOVI (od – do)			Ocjena	
		0-59			1 (nedovoljan)	
		60-69			2 (dovoljan)	
		70-79			3 (dobar)	
		80-89			4 (vrlo dobar)	
		90-100			5 (izvrstan)	
Izračun ECTS bodova						
NAPOMENA: Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati						
Element opterećenja vrijeme potrebno za	Prosječno potreban broj sati			Prosječno potreban broj sati		
	Redovni studij			Izvanredni studij		
Nastava	45			15		
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	40			50		
Ispiti i kolokviji	45			65		
Ukupno	130			130		
Uvjeti za dobivanje potpisa						
Redoviti studenti – sudjelovanje na minimalno 70% predavanja i seminara. Izvanredni studenti – pohađanje konzultacija i konzultativne nastave po pozivu. Svaki je student dužan izraditi bar jedan praktični rad u kojem će na samostalno odabranom tekstu (verbalnom i/ili vizualnom) primijeniti minimalno tri elementa semiotičke analize.						

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Diplomski studij
	OPIS PREDMETA	Novinarstvo i odnosi s javnošću

Konzultacije (vrijeme održavanja)	
Sukladno objavljenim terminima na mrežnim stranicama Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiterminikonkultacija/tabid/2725/Default.aspx	
Kontakt informacije	
vsusac@unizd.hr tel. 345 034	
Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	<i>Studentska anketa prema upitniku Ureda za kvalitetu</i> <i>Skupni i individualni razgovori sa studentima</i> <i>Samoevaluacija prema odjelnom Priručniku za kvalitetu</i>
Dodatne napomene nastavnika	