	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Diplomski studij
	OPIS PREDMETA	

NAZIV PREDMETA	SEMIOTIKA OGLAŠAVANJA				
Šifra	IKM590	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

Poduzetništvo u kulturi i turizmu

	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	
	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	Poduzetništvo u kulturi i turizmu

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 Skupni i individualni razgovori sa studentima Samoevaluacija prema odjelnom Priručniku za kvalitetu</i>
Dodatne napomene nastavnika	