

## Izvedbeni plan nastave (syllabus<sup>1</sup>)

<b>Sastavnica</b>	Odjel za informacijske znanosti				<b>akad. god.</b>	2023./2024.			
<b>Naziv kolegija</b>	Upravljanje informacijskim ustanovama				<b>ECTS</b>	6			
<b>Naziv studija</b>	Jednopredmetni diplomski sveučilišni studij informacijskih znanosti								
<b>Razina studija</b>	<input type="checkbox"/> preddiplomski	<input checked="" type="checkbox"/> diplomski		<input type="checkbox"/> integrirani		<input type="checkbox"/> poslijediplomski			
<b>Godina studija</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 1.		<input type="checkbox"/> 2.		<input type="checkbox"/> 3.		<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.	
<b>Semestar</b>	<input type="checkbox"/> zimski <input checked="" type="checkbox"/> ljetni	<input type="checkbox"/> I.		<input checked="" type="checkbox"/> II.		<input type="checkbox"/> III.	<input type="checkbox"/> IV.	<input type="checkbox"/> V.	<input type="checkbox"/> VI.
<b>Status kolegija</b>	<input checked="" type="checkbox"/> obvezni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela		<b>Nastavničke kompetencije</b>		<input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> NE
<b>Opterećenje</b>	15	<b>P</b>	30	<b>S</b>	<b>V</b>	<b>Mrežne stranice kolegija</b>		<input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE	
<b>Mjesto i vrijeme izvođenja nastave</b>	Predavanja: online, svaki drugi četvrtak, 13:30-15:00 Seminari: četvrtkom, svaki drugi tjedan, 13:30-15:00, uč. 41b				<b>Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij</b>		hrvatski		
<b>Početak nastave</b>	26.2.2024.				<b>Završetak nastave</b>		7.6.2024.		
<b>Preduvjeti za upis</b>	nema								
<b>Nositelj kolegija</b>	Izv. prof. dr. sc. Alessandro Gandolfo								
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:alessandro.gandolfo@unipi.it">alessandro.gandolfo@unipi.it</a>				<b>Konzultacije</b>	putem Skype-a po dogovoru			
<b>Izvođač kolegija</b>	Ljiljana Poljak Bilić, asistentica								
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:lpoljak@unizd.hr">lpoljak@unizd.hr</a>				<b>Konzultacije</b>	Četvrtkom od 15.00 do 17.00 (soba 19 i online), uz najavu e-mailom			
<b>Vrste izvođenja nastave</b>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja		<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice		<input type="checkbox"/> vježbe		<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu		<input type="checkbox"/> terenska nastava
	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci		<input type="checkbox"/> multimedija i mreža		<input type="checkbox"/> laboratorij		<input type="checkbox"/> mentorski rad		<input type="checkbox"/> ostalo
<b>Ishodi učenja kolegija</b>	Očekuje se da će studenti: <ul style="list-style-type: none"><li>• ovladati teorijskim konceptima upravljanja;</li><li>• razumjeti i pokazati vještinu interpretacije temeljnih načela upravljanja i upravljačke prakse</li><li>• razumjeti uloge, funkcije i aktivnosti upravljanja u informacijskim ustanovama;</li><li>• razumjeti organizacijske ciljeve, planove, politike, prakse, i procedure koje se primjenjuju pri upravljanju informacijskim ustanovama;</li><li>• definirati koncepte organizacijske arhitekture</li></ul>								

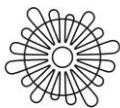
<sup>1</sup> Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



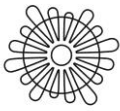
	<ul style="list-style-type: none"><li>• prepoznati faktore koji utječu na odabir organizacijske strukture</li><li>• razumjeti organizacijsku kulturu na primjerima iz svijeta i Hrvatske</li><li>• razumjeti suvremene organizacijske koncepte i utjecaj novih IK tehnologija na organizaciju i upravljanje</li><li>• analizirati upravljačke funkcije s posebnim naglaskom na informacijske ustanove i mreže</li><li>• razvijati strategije i programe za upravljanje informacijskim ustanovama, službama i uslugama</li><li>• razumjeti i opisati tehnike i metode upravljanja ljudskim potencijalima u informacijskim ustanovama i mrežama</li><li>• ovladati upravljanjem projektima, vremenom, komunikacijom na društvenim mrežama i dr.</li><li>• razumjeti važnost marketinga</li><li>• izraditi samostalno strateške dokumente (marketinški plan, misija, vizija) i prijedlog projekta za uvođenje nove usluge ili nove zbirke/zgrade/opreme</li></ul>				
<b>Ishodi učenja na razini programa</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• razumjeti i tumačiti društveno-ekonomski i kulturni kontekst u kojemu djeluju informacijske ustanove i mreže i njihovu društvenu ulogu te samostalno interpretirati utjecaj računala i informacijsko-komunikacijskih sustava na pojedince, organizacije i društvo</li><li>• razumjeti, tumačiti i primijeniti temeljna načela upravljanja informacijskim ustanovama, uključujući planiranje i izgradnju odgovarajućih fizičkih i mrežnih prostora, u skladu s profesionalnim, etičkim, pravnim i sigurnosnim načelima i odgovornostima</li><li>• razumjeti i primijeniti suvremene metodološke pristupe pri istraživanjima i razvoju organizacijskih i informacijskih sustava, te oblikovanju organizacije i organizacijske strukture</li><li>• prepoznati probleme u upravljanju informacijskim ustanovama, sustavima i mrežama (konkretne, virtualne i simulacije) te ponuditi opcije za njihovo rješavanje</li></ul>				
<b>Načini praćenja studenata</b>	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input checked="" type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input checked="" type="checkbox"/> domaće zadaće	<input type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input type="checkbox"/> istraživanje
	<input checked="" type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> eksperimentalni rad	<input checked="" type="checkbox"/> izlaganje	<input checked="" type="checkbox"/> projekt	<input type="checkbox"/> seminar
	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij(i)	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni ispit	<input type="checkbox"/> usmeni ispit	<input type="checkbox"/> ostalo:	
<b>Uvjeti pristupanja ispitu</b>	Prikupljeno najmanje 60% ukupnih bodova iz zadaća sa seminarske nastave. Napomena: Zadaće i seminari moraju biti predani najkasnije dva tjedna prije ispitnog roka. Zadaće, marketinški plan i projekt predaju se na Merlin, na za to predviđeno mjesto u zadanom roku. Zadaće i projekti predani nakon roka vrednovat će se s maksimalno 50% od ukupnih bodova. Uvjet za izlazak na pismeni ispit su svi predani zadaci.				
<b>Ispitni rokovi</b>	<input type="checkbox"/> zimski ispitni rok		<input checked="" type="checkbox"/> ljetni ispitni rok		<input checked="" type="checkbox"/> jesenski ispitni rok
<b>Termini ispitnih rokova</b>			lipanj 2023.		rujan 2023.
<b>Opis kolegija</b>	Kroz ovaj kolegij istaknut ćemo praktičnu primjenu upravljanja informacijskim ustanovama, s naglaskom na knjižnice. Studenti će naučiti kako pridonijeti ekonomskom, društvenom i kulturnom napretku zajednice te se pripremati za odgovorne uloge i vođenje informacijskih ustanova. Biti će u stanju opisati općenita poslanja i vrijednosti informacijskih ustanova, posebice knjižnica, kao i				



	<p>promjene koje utječu na ta poslanja i oblikuju današnji i budući razvoj informacijskih</p> <p>ustanova. Obradit će se osnovni koncepti, definicije, okviri i principi upravljanja. Poseban naglasak biti će na upravljanju projektima, upravljanju vremenom i marketingu, s osvrtnom na upravljanje komunikacijom na društvenim mrežama u cilju marketinga knjižničnih zbirki i usluga. Razmatrat će se važnost strateških dokumenata, pravilnika i izvještavanja. Obradit će se principi planiranja, financiranja, upravljanja ljudskim resursima, zagovaranja, pregovaranja kao i koncepti razvijanja partnerstva i suradnje te vodstva.</p>
<b>Sadržaj kolegija (nastavne teme)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Promjene i redefiniranje uloge informacijskih institucija</li><li>2. Osnovne aktivnosti upravljanja informacijskih institucija</li><li>3. Planiranje, organiziranje i mjerenje uspješnosti u informacijskim institucijama</li><li>4. Uloga marketinga za upravljanje knjižnicama kao informacijskim institucijama</li><li>5. Uloga marketinga za upravljanje muzejima kao informacijskim institucijama</li><li>6. Organizacija rada i upravljanje vremenom</li><li>7. Vodstvo i vođenje u neprofitnim ustanovama</li><li>8. Kultura vrednovanja kao dio organizacijske strukture knjižnica</li><li>9. Planiranje, prijava i upravljanje projektima</li><li>10. Odnosi s javnošću</li><li>11. Brendiranje knjižnice</li></ol>
<b>Obvezna literatura</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Alfrević, Nikša, Jurica, Pavičić, Ljiljana, Najev Čačija, Zoran, Mihanović, Jelena, Matković. 2013. <i>Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija</i>. Zagreb : Školska knjiga; Institut za inovacije.</li><li>2. Sabolović-Krajina, Dijana. 2020. "Design thinking kao poslovni koncept i alat u upravljanju knjižnicama." <i>Vjesnik bibliotekara Hrvatske</i> 63, br. 1-2: 65-82. doi:10.30754/vbh.63.1-2.784</li><li>3. Kotler, Philip i Lee, Nancy. Marketing u javnom sektoru. MATE: 2007.</li><li>4. Design Thinking for Libiraries. <a href="http://designthinkingforlibraries.com/">http://designthinkingforlibraries.com/</a></li><li>5. Choi, Namjoo, Soohyung, Joo. 2018., "Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing", <i>Library Hi Tech</i>, <a href="https://doi.org/10.1108/LHT-11-2017-0237">https://doi.org/10.1108/LHT-11-2017-0237</a></li><li>6. Dragičević Šešić, Milena, Branimir, Stojković. 2013. "Projektne menadžment." U <i>Kultura: menadžment, animacija, marketing</i>, 141-179. Zagreb: KIC.</li><li>7. Balog, A. 2021. Upravljanje ljudskim potencijalima kao funkcija rukovođenja u poslovanju knjižnice. <i>Vjesnik bibliotekara Hrvatske</i>, 64, br. 2, 233-263. <a href="https://hrcak.srce.hr/269698">https://hrcak.srce.hr/269698</a></li><li>8. Balog, A. 2021. Planiranje poslovanja kao funkcija rukovođenja knjižnicom s osvrtnom na planiranje upravljanja krizom. <i>Vjesnik bibliotekara Hrvatske</i>, 64, br. 1, 52-80. <a href="https://hrcak.srce.hr/258369">https://hrcak.srce.hr/258369</a></li><li>9. de Jong, Mark E. "Service design for libraries: An introduction." <i>Advances in librarianship</i>. Emerald Group Publishing Limited, 2014. 137-151.</li><li>10. Prezentacije s Merlina</li></ol>
<b>Dodatna literatura</b>	<p>Allan, Barbara. Project management: tools and techniques for today's ILS professional. London : Facet Publishing, 2004.</p> <p>Drucker, P. Upravljanje u budućem društvu. Zagreb; Zaprešić : Agora et al., 2007. Str. 15-28.; 165-211.</p> <p>Drucker, P. Najvažnije o menadžmentu : izbor iz radova o menadžmentu. Zagreb : M. E. P. Consult, 2005. (poglavlja Što možete naučiti od neprofitnih organizacija, Odabir ljudi - osnovna pravila, i Sudjelovanje u životu zajednice kroz društveni sektor)</p> <p>Sikavica, Pere. Organizacija. Zagreb : Školska knjiga, 2011.</p>



	<p>Edward G. Evans ; Camila A. Alire. Management Basics for Information Professionals, 3rd edition. London : Facet, 2013. Str</p> <p>Marketing library and information services II.: A global outlook. / Edited by Dinesh K. Gupta, Christie Koontz &amp; Àngels Massisimo. Berlin/Munich: De Gruyter Saur, 2013. (IFLA Publications Series; 159)</p> <p>Miloš Sprčić, Danijela. Upravljanje rizicima: temeljni koncepti, strategije i instrumenti. Zagreb : Sinergija nakladništvo, 2013.</p> <p>Pavičić, Jurica; Gnjidić, Vladimir; Drašković, Nikola. Osnove strateškog marketinga. Zagreb : Školska knjiga ; Institut za inovacije, 2014.</p> <p>Harriman, Joy H. P. Creating your library's business plans: A how-to-do-it manual with samples on CD-ROM. London : Facet, 2009.</p> <p>Šola, T. Marketing u muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti. Zagreb : Hrvatsko muzejsko društvo, 2001.</p> <p>Goleman, Daniel. Emocionalna inteligencija na poslu; Zagreb : Mozaik knjiga, 2008. (poglavlja 1 i 3)</p> <p>Jantz, R. C. 2012. Innovation in academic libraries: An analysis of university librarians' perspectives. <i>Library &amp; Information Science Research</i>, 34, br.1, 3-12.</p>						
<b>Mrežni izvori</b>	Web izvori će se po potrebi stavljati na Merlin.						
<b>Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)</b>	Samo završni ispit						
	<input type="checkbox"/> završni pismeni ispit		<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit		<input type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit		<input type="checkbox"/> praktični rad i završni ispit
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadaće	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij / zadaća i završni ispit	<input type="checkbox"/> seminarski rad	<input type="checkbox"/> seminarski rad i završni ispit	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> drugi oblici	
<b>Način formiranja završne ocjene (%)</b>	<p>Ukupni bodovi su podijeljeni na slijedeći način:</p> <p>zadaće sa seminarske nastave - 20%</p> <p>mini provjere znanja - 10%</p> <p>marketinški plan - 15%</p> <p>projekt - 15%</p> <p>završni ispit - 40%</p> <p>Pri ocjenjivanju prijedloga projekta i marketinškog plana vrednovati će se usklađenost s dobivenim uputama, inovativnost ideje, te izgled, sadržaj, cjelovitost i pismenost dokumenta. Pri ocjenjivanju pismenog ispita vrednovat će se točnost, razumijevanje i cjelovitost odgovora.</p>						
<b>Ocjenjivanje kolokvija i završnog ispita (%)</b>	0-60	% nedovoljan (1)					
	61-70	% dovoljan (2)					
	71-80	% dobar (3)					
	81-90	% vrlo dobar (4)					
	91-100	% izvrstan (5)					
<b>Način praćenja kvalitete</b>	<input checked="" type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini Sveučilišta <input type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini sastavnice <input type="checkbox"/> interna evaluacija nastave <input checked="" type="checkbox"/> tematske sjednice stručnih vijeća sastavnica o kvaliteti nastave i rezultatima studentske ankete <input type="checkbox"/> ostalo						
<b>Napomena / Ostalo</b>	Sukladno čl. 6. <i>Etičkog kodeksa</i> Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, „od studenta se očekuje da pošteno i etično ispunjava svoje obveze, da mu je temeljni cilj akademska izvrsnost, da se ponaša civilizirano, s poštovanjem i bez predrasuda“.						



	<p>Prema čl. 14. <i>Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zadru</i>, od studenata se očekuje „odgovorno i savjesno ispunjavanje obveza. [...] Dužnost je studenata/studentica čuvati ugled i dostojanstvo svih članova/članica sveučilišne zajednice i Sveučilišta u Zadru u cjelini, promovirati moralne i akademske vrijednosti i načela. [...] Etički je nedopušten svaki čin koji predstavlja povredu akademskog poštenja. To uključuje, ali se ne ograničava samo na:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- razne oblike prijevare kao što su uporaba ili posjedovanje knjiga, bilježaka, podataka, elektroničkih naprava ili drugih pomagala za vrijeme ispita, osim u slučajevima kada je to izrijeком dopušteno;</li><li>- razne oblike krivotvorenja kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvorenje rezultata ispita“.</li></ul> <p>Svi oblici neetičnog ponašanja rezultirat će negativnom ocjenom u kolegiju bez mogućnosti nadoknade ili popravka. U slučaju težih povreda primjenjuje se <u><i>Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru</i></u>.</p> <p>U elektronskoj komunikaciji bit će odgovarano samo na poruke koje dolaze s poznatih adresa s imenom i prezimenom, te koje su napisane hrvatskim standardom i primjerenim akademskim stilom.</p> <p>U kolegiju se koristi Merlin, sustav za e-učenje, pa su studentima/cama potrebni AAI računi.</p>
--	---