

## Спецификација предмета за књигу предмета

<b>Студијски програм</b>		Економија и туризам	
<b>Изборно подручје (модул)</b>		Модул 2 - Управљање у туризму	
<b>Врста и ниво студија</b>		Основне струковне студије	
<b>Назив предмета</b>		Медијске комуникације	
<b>Наставник (за предавања)</b>		Ђурић Д. Миленко	
<b>Наставник/сарадник (за вежбе)</b>		Павковић М. Владимир, Лазаревић Н. Сања	
<b>Наставник/сарадник (за ДОН)</b>			
<b>Број ЕСПБ</b>	6	<b>Статус предмета (обавезни/изборни)</b>	обавезни
<b>Услов</b>			
<b>Циљ предмета</b>	Упознати студенте са начином функционисања медија. Упознати студенте са концептом, стратегијама и тактикама односа са медијима. Обучити студенте за планирање и организовање активности односа са медијима, као и осмишљавање и употребу техника и средстава медијске кампање. Развој и стицање вештина комуникација коришћењем различитих инструмената комуникације.		
<b>Исход предмета</b>	Унапређена теоријска и практична знања, способности и вештине студената за успостављање и одржавање односа са медијима и стварања позитивног публицитета организације.		
<b>Садржај предмета</b>			
<b>Теоријска настава</b>	<p>Теоријска настава: Врсте и карактеристике медија. Нови медији у функцији пословне комуникације. Функција односа са медијима. Место и улога односа са медијима у оквиру корпоративне комуникације. Организациона решења пословне функције односа са медијима. Специјализација унутар функције односа са медијима. Основне технике и средства за успостављање односа са медијима. Планирање и израда основних средстава за комуникацију са медијима. Планирање медијске кампање. Дефинисање циља медијске кампање. Избор медија. Избор и овлашћења портпарола. Формулисање кључне поруке. Стратегије односа са медијима. Реактивне и проактивне стратегије. Стратегије односа са медијима у кризним ситуацијама. Саопштења за јавност. Конференције за новинаре. Медијски догађаји. Наступи у медијима. Интервјуи и технике одговарања на новинарска питања. Врсте, садржај и форма информација које се пласирају путем медија. Нове медијске форме. Корпоративно оглашавање. "Advetorial" и "Advertainment". Етички стандарди у односима са медијима. Модели евалуације односа са медијима. Процес мерења и евалуације. Press clipping i monitoring. Анализа медијског садржаја.</p>		
<b>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</b>	<p>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад: Анализа потенцијала мас-медија за реализацију пословне комуникације. Специфичности телевизије, радија, штампе и Интернета. Анализа националне и глобалне медијске сцене. Израда организационог решења пословне функције односа са медијима. Списак медија. Архива. Информативни материјал. Интернет "press room". Медијски приручник. Новинарска мапа. Планирање конкретне медијске кампање. Симулација конференције за новинаре. Вежбе писања саопштења за јавност. Вежбе јавног наступа. Симулације интервјуа за штампане и електронске медије. Вежбе пласирања информација у медијима. Анализа нових медијских форми. Анализа етичности праксе односа са медијима. Израда модела за евалуацију кампање односа са медијима.</p>		
<b>Литература</b>			

1	Властелица, Т. (2007) Медијска кампања-публицитет и оглашавање, Београд: Задужбина Андрејевић			
<b>Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године</b>				
<b>Предавања</b>	<b>Вежбе</b>	<b>ДОН</b>	<b>Студијски истраживачки рад</b>	<b>Остали часови</b>
3	2			
<b>Методе извођења наставе</b>	Предавања, метод разговора, демонстративни метод, студије случајева, учење кроз заједнички рад на решавању практичних проблема, самостално истраживање студената и решавање проблема на основу добијених задатака, самосталан рад студената кроз учење и израду пројектног задатка.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>				
<b>Предиспитне обаве:</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>		<b>поена</b>
активност у току предавања	10	писмени испит		
практична настава	10	усмени испит		60
колоквијуми	20			
семинари				