

Књига предмета - (у документацији и на сајту институције) ОСС Менаџмент односа са јавношћу

Р.бр.	Шиф. Пред.	Назив предмета	Сем.	Број часова					ЕСПБ	Тип предмета	Обавезни/Изборни О/И	Изборна група
				П	В	ДОН	ИР	ОСТ				
1	1ПИСС1	Менаџмент	1	2	3	0	0	0	7	СС	О	
2	1ПИСС2	Увод у односе с јавношћу	1	3	2	0	0	0	8	СС	О	
3	1ПИСС3	Јавно информисање	1	2	3	0	0	0	7	СС	О	
4	1ПИСС4	Теорија одлучивања	1	3	2	0	0	0	7	СА	О	
5	2ПИСС5	Мултимедијалне комуникације	2	2	3	0	0	0	7	СА	О	
6	2ПИСС6	Менаџмент државне управе и локалне самоуправе	2	3	2	0	0	0	8	СС	О	
7	2КСС7	<i>Предмет изборног блока 1</i>	2	3	2	0	0	0	8		И	ИГ1
	2ПИСС71	Социологија								СС		
	2ПИСС72	Менаџмент јавног и пословног сектора								СС		
8	2КСС8	<i>Предмет изборног блока 2</i>	2	2	3	0	0	0	8		И	ИГ2
	2ПИСС81	Немачки језик								АО		
	2ПИСС82	Италијански језик								АО		
9	3ПИСС9	Маркетинг	3	3	2	0	0	0	7	СА	О	
10	3ПИСС10	Међународни односи с јавношћу	3	2	3	0	0	0	7	СС	О	
11	3ПИСС11	Реторика	3	3	2	0	0	0	7	СА	О	
12	3ПИСС12	Пропаганда	3	2	3	0	0	0	7	СС	О	
13	4ПИСС13	Стратејски менаџмент	4	3	2	0	0	0	8	СА	О	
14	4ПИСС14	Теорија књижевности	4	2	3	0	0	0	8	АО	О	
15	4ПИСС15	<i>Предмет изборног блока 3</i>	4	3	2	0	0	0	8		И	ИГ3
	4ПИСС151	Српски језик 3								АО		
	4ПИСС152	Енглески језик 2								АО		
16	4ПИСС16	<i>Предмет изборног блока 4</i>	4	2	3	0	0	0	8		И	ИГ4
	4ПИСС161	Основи организације								СС		
	4ПИСС162	Политички маркетинг								СС		
17	5ПИСС17	Међународни маркетинг	5	3	2	0	0	0	7	СА	О	
18	5ПИСС18	Пословна кореспонденција	5	2	3	0	0	0	6	АО	О	
19	5ПИСС19	Теорија и пракса јавног мњења	5	3	2	0	0	0	7	СА	О	
20	5ПИСС20	Основи новинарства	5	2	3	0	0	0	7	СА	О	
21	6ПИСС21	Управљање односима с јавношћу	6	4	3	0	0	0	7	СА	О	
22	6ПИСС22	Корпоративно и кризно коминицирање	6	3	4	0	0	0	7	СА	О	
23	6ПИСС23	Методологија истраживања	6	3	3	0	0	0	7	СС	О	
24	6ПИСС24	Стручна пракса	6				0	6	3	СА	О	
25	6ПИСС25	Стручно-истраживачки рад СТИР	6				2	0	2	СА	О	
24	6ПИСС26	Завршни рад	6				0	2	7	СА	О	

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Менаџмент			
Наставник: П: Ђорић Жарко В: Милановић Ана			
Тип предмета: СС			
Година студија: 1			
Семестар студија: 1			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Усвајање нових знања и вештина из области менаџмента ради ефикасног и ефективног управљања организационим системима, променама и иновацијама.			
Исход предмета: Овај студијски предмет омогућава студентима да усвоје знања и имају увид у природу, карактер и начин функционисања одређених послова, подухвата и организационих система, кроз савладавање метода и техника планирања и контроле које се користе у менаџменту и у процесу управљања да би се на профитабилан начин идентификовале и предвиделе потребе потрошача.			
Садржај предмета: Теоријска настава 1. Појам,настанак и развој менаџмента 2. Дефинисање менаџерске средине, организациона култура и окружење, ограничења 3. Друштвена одговорност и етика менаџера 4. Принципи менаџмента 5. Врсте менаџмента 6. Организовање,организациона структура и дизајн 7. Планирање: средстава, технике планирања, доношење одлуке 8. Менаџмент предузећа 9. Менаџмент људских ресурса 10. Управљање променама и иновацијама 11. Основе понашања, разумевање група и тимова, 12. Лидерство као манифестација менаџмента 13. Контрола, оцењивање и вредновање 14. Управљање конфликтима и вештинама преговарања 15. Савремени токови развоја менаџмента			
Литература: 1.Симић И., Менаџмент, Економски факултет у Нишу,Ниш, 2015. 2.Ожеговић Л., Сајферт З., Игић С., Менаџмент, Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад, 2011.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 2	Практична настава: 3
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	30		
семинар-и	30		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Увод у односе с јавношћу			
Наставник: П: Алкалај Ивана В: Лукић Горица			
Тип предмета: СС			
Година студија: 1			
Семестар студија: 1			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Циљ је да студенти овладају основним концептима савремене теорије односа с јавношћу, старим и новим технологијама у комуникацијама са екстерним и интерним окружењем.			
Исход предмета: Студенати усвајају фундаментална знања и искустава, који ће им омогућити савремен приступ у стварању добрих односа између организација и различитих сегмената јавности.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Појам и основне функције односа с јавношћу			
2. Упоредивање појмова односа с јавношћу, пропаганде, оглашавања и маркетинга			
3. Историјат развоја односа с јавношћу			
4. Социјални, психолошки и естетски аспекти односа с јавношћу			
5. Стратегија и видови организовања односа с јавношћу			
6. Организација послова управљања у односима с јавношћу			
7. Улога службе за односе с јавношћу			
8. Методи односа с јавношћу			
9. Интерни односи с јавношћу			
10. Примена односа с јавношћу у различитим областима привредног и друштвеног живота			
11. Односи с јавношћу у међународним оквирима			
12. Корпоративни идентитет и свет симбола			
13. Истраживања у односима с јавношћу			
<u>Практична настава</u>			
14. Организација Односа с јавношћу на конкретним примерима			
15. Креативна радионица - писање информација за штампу, припрема прес материјала, конференција за штампу, интервју, анкета, истраживање јавног мњења			
Литература:			
1. Павловић М., Односи с јавношћу (ПР) Друго допуњено издање, Мегатренд Универзитет примењених наука, Београд, 2004.			
2. Блек С., Односи с јавношћу, друго издање, Клио, Београд, 2003.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе:			
предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Јавно информисање			
Наставник: П: Симић Жикица В: Милановић Милица			
Тип предмета: СС			
Година студија: 1			
Семестар студија: 1			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Предметом се проучава појам и значај јавног информисања, с циљем упознавања студената са средствима јавног информисања и комуницирања како у националним оквирима тако и на глобалном нивоу.			
Исход предмета: Оспособљавање студената за пружање актуелних и правовремених информација у штампаним и електронским медијима, као и другим средствима комуницирања.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Појам и значај јавног информисања			
2. Информација, њене дефиниције и својства			
3. Информација као социјализовано сазнање; актуелност информација; конкретност информација; атрактивност информативног садржаја			
4. Својства информативног садржаја; структура информације; обликовање информације			
5. Теорије и ефикасност јавног информисања			
6. Средства информисања; средства за масовно комуницирање			
7. Информативна делатност; информативна функција; фазе информативног процеса и улога информативне делатности			
8. Информативни центри и информативне службе			
9. Јавно информисање; појам, значај, облици, врсте и функције			
10. Циљ јавног информисања			
11. Јавно информисање и формирање јавног мњења			
12. Уставна обавеза о информисању јавности; право на јавно информисање			
13. Јавно информисање у функцији демократских права и слобода			
14. Национално и транснационално, глобално информисање, комуницирање и средства комуникација			
15. Јавни сервиси и јавно информисање			
Литература:			
1. Ђорђевић Т., Лековић З., Радојковић М., Систем јавног информисања, Завод за уџбенике и наставна средства,Београд, 1997.			
2. Даниел К., Етика информисања, Clio, Београд, 1999.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 2	
Практична настава: 3			
Методе извођења наставе:			
предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Теорија одлучивања			
Наставник: П: Јовановић Александра В: Јовановић Александра			
Тип предмета: СА			
Година студија: 1			
Семестар студија: 1			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Савладавањем нормативне и бихејвиоралне теорије одлучивања студенти ће научити да правилно поставе проблеме, јасно идентификују циљеве и изаберу критеријуме за вредновање расположивих алтернатива.			
Исход предмета: Предмет омогућава овладавање основним техникама које се користе у процесу доношења одлука; посебно у ситуацијама вишекритеријумског одлучивања.			
Садржај предмета:			
Теоријска настава			
1. Процес доношења одлука: добра и лоша одлука; процес решавања проблема.			
2. Доносилац одлука и његове преференције.			
3. Модели доношења одлуке.			
4. Методи избора у условима неиеизвесности.			
5. Одлучивање у општим условима ризика.			
6. Одлучивање у условима ризика кроз примену концепта корисности.			
7. Допунска информација и њена цена.			
8. Секвенцијално одлучивање.			
9. Избор између сложених алтернатива.			
10. Теорија игара.			
11. Групно одлучивање.			
12. Неограничена и ограничена рационалност.			
13. Бихејвиорални приступ одлучивању.			
14. Група као доносилац одлуке.			
15. Преговарање. Етика у пословном одлучивању.			
Литература:			
1. Чупић М., Сукновић М., Одлучивање, Факултет организационих наука, Београд, 2008.			
2. Ђурић З., Пословно одлучивање, Београдска академија пословних и уметничких струковних студија, Београд, 2020.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	30		
семинар-и	30		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Мултимедијалне комуникације			
Наставник: П: Бајић Јелена В: Станковић Миња			
Тип предмета: СА			
Година студија: 1			
Семестар студија: 2			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Упознати студенте са мултимедијалним комуникацијама и њиховом применом у пословном комуницирању, односима с јавношћу и промотивним стратегијама.			
Исход предмета: Овладавање знањима и вештинама потребним за модерно пословно комуницирање коришћењем електронских алата, усвајање вештина израде мултимедијалних презентација и упознавање Интернета и мобилне телефоније.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Врсте електронских комуникација 2. Феноменен мултимедија 3. Мултимедији и комуникације 4. Мултимедијски информациони системи 5. Електронска пошта 6. Интернет презентације и апликације 7. Мобилна телефонија 8. Односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације 9. Култура пословне комуникације 10. Технике пословне комуникације 11. Промотивне стратегије 12. Управљање интегрисаним маркетинг комуникацијама 13. Трендови мултимедијалних комуникација 14. Припрема мултимедијалних материјала 15. Мултимедијална презентација			
Литература: 1. Радојковић М., Стојковић Б., Информационо комуникациони системи, Clio, Београд, 2009. 2. Живојин Ђ., Драган С., Етика јавног и мултимедијалног комуницирања, Институт за политичке студије, Београд, 2007.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 3	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	Писмени испит	20
практична настава	30	Усмени испит	30
колоквијум-и	10		
семинар-и			

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Менаџмент државне управе и локалне самоуправе			
Наставник: П: Инђић Дејан В: Анкиев Саша			
Тип предмета: СС			
Година студија: 1			
Семестар студија: 2			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Предмет разматра о државној управи и локалној самоуправи са циљем упознавања студената са системом државне управе, њеним значајем и карактеристикама.			
Исход предмета: Овај студијски предмет омогућава студентима да усвојена теоријска знања примене у пракси на пословима државне управе и локалне самоуправе.			
Садржај предмета: Теоријска настава: 1. Појам, настанак и развој државе; 2. Државни органи, управа; 3. Начела и принципи државне управе; 4. Системи државне управе; 5. Централни и децентрализовани органи власти; 6. Деконцентрација и децентрализација надлежности; 7. Вођење јавних послова, интерес грађана и државе; 8. Устав – закон; државна управа и локална самоуправа; 9. Суштина, значај, карактеристике и положај локалне самоуправе; 10. Општина, основна јединица локалне самоуправе; делокруг рада; - изворне и пренесене надлежности органа локалне самоуправе; 11. Регионална самоуправа; 12. Извори финансирања: државне управе, регионалне и локалне самоуправе; 13. Правна заштита локалне самоуправе; право локалних власти ка удруживању, надзор над радом; 14. Међународна и компаративна управа; 15. Локална самоуправа у ЕУ и САД.			
Литература: 1. Радосављевић Ж., Томић Р., Менаџмент у модерном бизнису, Универзитет Привредна академија, Нови Сад, Нови Сад, 2007. 2. Јовичић М., Локална самоуправа, Правни факултет Београд, Службени гласник, Београд, 2006. 3. Закон о локалној самоуправи, закон о државној управи: пречишћени текстови, Цекос ин, Београд, 2018.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 3 Практична настава: 2			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-5	Усмени испит	25
практична настава	0-5	Писмени испит	25
колоквијум-и	0-20		
семинар-и	0-20		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Социологија			
Наставник: П: Симић Жикица В: Шћепановић Милена			
Тип предмета: СС			
Година студија: 1			
Семестар студија: 2			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Циљ је упознавање студената са основним социолошким појавама, настанком људског друштва, његовим покретачким снагама, структури и развоју.			
Исход предмета: Савладавањем основне социолошке грађе студент ће боље разумети начин функционисања друштва, његов развој, али и патолошке појаве			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Предмет, метод и место социологије			
2. Развој социолошке мисли у робовласништву и феудализму			
3. Развој савремене социолошке мисли			
4. Настанак људског друштва			
5. Основне покретачке снаге друштва			
6. Друштвена свест			
7. Религија и филозофија као облици свести			
8. Морал, наука и уметност			
9. Однос друштвеног бића и друштвене свести			
10. Појам и подела друштвених група			
11. Глобалне друштвене групе			
12. Опште напомене о друштвеним формацијама			
13. Првобитна заједница као формација			
14. Робовласништво као формација, Феудализам као формација			
15. Савремено друштво као формација			
Литература:			
1. Милашиновић С., Јевтовић З., Социологија, Криминалистичко-полицијска академија, Београд,2014.			
2. Mek Kvejn D., Увод у социологију масовних комуникација, Штампарско-издавачко предузеће ГЛАС, Београд,1976.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испт	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Менаџмент јавног и пословног сектора			
Наставник: П: Инђић Дејан В: Анакиев Саша			
Тип предмета: СС			
Година студија: 1			
Семестар студија: 2			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Основни циљ је упознати студенте са теоријским знањима из области јавног и пословног сектора, њиховом организацијом, управљањем, координацијом, планирањем, контролом.			
Исход предмета: Теоријска знања студенти ће моћи практично да примене у установама и организацијама јавног и пословног сектора.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Појам и значај јавних и пословних установа и организација;			
2. Облици јавних сектора; јавни и приватни сектор – приватизација јавног сектора;			
3. Елементи јавног сектора; појмови јавног добра, друштвеног интереса и благостања;			
4. Економија и функционисање јавног и пословног сектора;			
5. Законска регулатива; пословни обичаји; етика и морал у јавном сектору;			
6. Организовање и управљање у јавним секторима – савремени концепти управљања;			
7. Одговорност и контрола;			
8. Модернизација јавних служби и сектора;			
9. Специфичности у јавном сектору и политички утицаји;			
10. Утицај јавног мњења; развој непрофитних програма;			
11. Управљање људским и социјалним ресурсима у јавном сектору;			
12. Стратешки менаџмент организација јавног сектора;			
13. Децентрализација и економска флексибилност;			
14. Карактеристике јавног и пословног сектора у Србији;			
15. Развој јавног сектора; самоодрживост и самофинансирање.			
Литература:			
1. Петковић С., Јовичић Ј., Основе економије јавног сектора, Независни универзитет, Бања Лука, 2019.			
2. Ђурић З., Менаџмент малих и средњих предузећа, Београдска пословна школа, Београд, 2017.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облици наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	Писмени испит	55
практична настава	0-10	Усмени испит	
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм : ОСС Менаџмент односа с јавношћу		
Врста и ниво студија: Основне струковне студије		
Назив предмета: Немачки језик		
Наставник: П: Видановић Наташа В: Видановић Наташа		
Тип предмета: АО		
Година студија: 1		
Семестар студија: 2		
Статус предмета: изборни		
Број ЕСПБ: 8		
Услов: Нема		
Циљ предмета: Стицање и развијање језичких вештина немачког језика на основном нивоу.		
Исход предмета : Активно учешће на часовима, стицање и надограђивање језичких вештина.		
1.	Einführung – Kennenlernen -Berufe - Nationalitäten - Länder - Zahlen - regelmäßige Verben	
2.	Vorstellung - sich vorstellen - Zahlen - Telefonnummer Über die Herkunft sprechen	
3.	Termine - Uhrzeit - Tageszeit/Tage Sagen, wann man frei hat	
4.	Aktivitäten - Über Freizeitaktivitäten und Vorlieben sprechen Über Familie Sprechen	
5.	Einkaufen - Bedarf/Wünsche äußern - Über Preise sprechen Etwas bewerten	
6.	Essen und Trinken - Über Essgewohnheiten sprechen Uhrzeit	
7.	Notwendigkeiten und Fähigkeiten - Tagesablauf beschreiben Sagen, was man muss/kann	
8.	Gefühle Über Stimmungen und Gefühle sprechen	
9.	Orientierung - Orientierung in der Stadt Einen Weg beschreiben	
10.	In der Wohnung - Möbel Zimmer	

11.	Gesundheit - Probleme beschreiben - Körperteile - Vorschläge machen - Termine vereinbaren
12.	Reisen - Verkehrsmittel Reisegewohnheiten
13.	Wetter - Über Wetter sprechen - Zimmer reservieren
14.	Freizeitverhalten - Über Medienkonsum und Freizeitverhalten sprechen Über Regeln sprechen
15.	Gegenstände Gegenstände beschreiben

Литература:

1. Hering a., Matussek m., Perlmann-Balme M., Граматика немачког језика, Max Hueber Verlag, Germany, 2002.год.

2. J. Thurnher, A. Kubicka., Team Deutsch 3., Клет, Београд, 2008 .год.

Број часова активне наставе 5

Теоријска настава: 2

Практична настава:3

Методе извођења наставе:Предавања, вежбе, колоквијум

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и	60		
семинар-и			

[Садржај](#)

Студијски програм : ОСС Менаџмент односа с јавношћу	
Врста и ниво студија: Основне струковне студије	
Назив предмета: Италијански језик	
Наставник: П: Ћирић Милица В: Ћирић Милица	
Тип предмета: АО	
Година студија: 1	
Семестар студија: 2	
Статус предмета: изборни	
Број ЕСПБ: 8	
Услов: Нема	
Циљ предмета: Циљ предмета је систематско развијање свих језичких вештина (говора, разумевања говора, читања и писања) на основном и нижем средњем ниивоу, а у пословном окружењу.	
Исход предмета: Студенти се подстичу да кроз активно учешће на часовима, користе знање које већ поседују и унапређују га.	
1	L'Alfabetoitaliano;Regole pre leggere scrivere;Verbo ESSERE; Numeri Cardinali;Nomi e aggettivi in O/A
2	AVERE-indicativopresente;Nomi e aggetivi in E;Particellaavverbiale CI (C'E'/CI SONO);I giornidellasettimana;L'Articolodeterminativo e indeterminativo; Le preposizioni DI/A/DA/IN/CON/SU/PER/TRA/FRA
3	Le treconiugazioni – Indicativo PRESENTE (verbiregolari e irregolari); Verbi MODALI; Le Quattro operazioni; Che ore sono?
4	POSSESSIVI; Nomi invariabili al plurale; Preposizioniarticolate; Aggettivi OGNI e QUALCHE
5	Indicativo PASSATO PROSSIMO/IMPERFETTO/TRAPASSATO PROSSIMO
6	Indicativo FUTURO SEMPLICE/FUTURO ANTERIORE; Pluraliparticolari; Mesidell'anno e stagioni; Doppianegazione
7	RIFLESSIE PRONOMINALI; Aggettivi BELLO e QUELLO; TROPPO,MOLTO,PARECCHIO,TANTO,POCO come avverbi e aggettivi; SAPERE+frase/infinito; CONOSCERE+nome; DA temporale
8	PRONOMI DIRETTI(tonici e atonici) E PARTITIVO NE; PRONOMI DIRETTI E NE CON I TEMPI COMPOSTI; PRONOMI INDIRETTI E PRONOMI ACCOPPIATI; PRONOMI ACCOPPIATI NEI TEMPI COMPOSTI
9	CONDIZIONALE SEMPLICE e CONDIZIONALE COMPOSTO; VOLERCI; Nomi in –ISTA e Nomi maschili in –A; NUMERI ORDINALI; USO DI CI/NE
10	IMPERATIVO (tu/Lei/noi/voi/Loro); IMPERATIVO – Verbiirregolari; IMPERATIVO e pronomi
11	PRONOMI RELATIVI; GRADI DELL'AGGETTIVO ; COMPARATIVI E SUPERLATIVI IRREGOLARI
12	CONGIUNTIVO (PRESENTE/PASSATO/IMPERFETTO/TRAPASSATO); Verbi/espressioni/congiunzioni/locuzioni da cui dipendeilcongiuntivo; CONGIUNTIVO – verbiiirregolari; CONGIUNTIVO O INFINITO?
13	PERIODO IPOTETICO; PASSATO REMOTO E TRAPASSATO REMOTO (facoltativo)
14	FORMA PASSIVA; SI PASSIVANTE
15	DISCORSO DIRETTO/INDIRETTO; MODI INDEFINITI(INFINITO,PARTICIPIO, GERUNDIO)
Литература :	
1. Vučo J., Moderc S., Raspor Z., Elementi di lingua italiana,Fililoški fakultet Beograd, 2011.год.	
2. Moderc S., Граматика италијанског језика, Удружење наставника италијанског језика Србије, Београд,2004.год.	

Број часова активне наставе 5	Теоријска настава: 2	Практична настава: 3	
Методe извођења наставе :Предавања, вежбе, колоквијум			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Завршни испит	поена	
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и	60		
семинар-и			

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Маркетинг			
Наставник: П: Митић Габријела В: Ковачевић Милан			
Тип предмета: СА			
Година студија: 2			
Семестар студија: 3			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Унапређење постојећих и нових знања и вештина из области маркетинга, изучавање везе маркетинга са другим дисциплинама, а ради унапређења конкурентности.			
Исход предмета: Формирање портфолија знања и вештина заснованих на пословној филозофији која ставља тржиште (купце, потрошаче, кориснике, конкуренцију) у средиште пажње. Стицање самопоуздања и сигурности неопходне за управљање пословима маркетинга везаним за промене на тржишту и окружењу и креирање успешне предности на тржишту.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Појам, значај и развој маркетинга и примена на тржишту 2. Основни концепти, трендови, задаци и промене у маркетингу 3. Маркетинг микс: Микс производа. Микс цена. Микс дистрибуције и продаје. Микс промоције; 4. Развијање маркетинг стратегија и планова 5. Планирање производа:природа,садржај и критеријуми маркетинг плана 6. Маркетинг сазнања и компоненте савременог маркетинг информационог система 7. Мегатрендова који утичу на потрошњу 8. Развој и спровођење плана маркетинг истраживања 9. Маркетинг менаџмент односа са купцима, 10. Маркетинг искуства и маркетинг одлуке 11. Стратегије диференцирања 12. Дизајнирање и управљање услугама и изградња брендова у области услуга 13. Обликовање и управљање интегрисаним маркетинг комуникацијама 14. Разумевање утицаја пропаганде и промоције 15. Имплементација, инструменти за проверу, слабости, будућност маркетинг менаџмента			
Литература: 1. Радосављевић Ж., Маркетинг, Привредна академија, Нови Сад, 2006. 2. Станковић Љ., Ђукић С., Маркетинг, Економски факултет Универзитета у Нишу, Ниш, 2015.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 3	
Практична настава: 2			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом , индивидуални и групни радови,интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Међународни односи с јавношћу			
Наставник: П: Алкалај Ивана В: Лукић Горица			
Тип предмета: СС			
Година студија: 2			
Семестар студија: 3			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: У оквиру наставе проучавају се међународни односи с јавношћу као важно подручје социокултурног деловања, али и као пословне филозофије која омогућава трансфер позитивних вибрација између организације и различитих сегмената јавности.			
Исход предмета: Теоријско знање оспособљава студента да успешно користи ПР вештине и остале вештине комуникације у масовним медијима.			
Садржај предмета: Теоријска настава 1. Одређивање појма ПР и његових основних функција на међународном нивоу 2. Историјски и развојни аспект међународних односа с јавношћу 3. Комуникацијски и културни садржаји и међународни односи с јавношћу 4. Функције и основни елементи комуникације у култури 5. Социјални, психолошки и естетски аспекти ПР са међународног аспекта 6. Основне стратегије и циљеви менаџмент ПР са међународног аспекта 7. Видови вербалне и невербалне комуникације 8. Модели организовања сектора за међународне односе с јавношћу 9. Масовни медији и међународни односи с јавношћу 10. Компаративни увод у савремене масовне медије 11. Е-маил, електронска пошта, сајбер-комуникације 12. Корпорацијски идентитет и свет симбола 13. Фотографија и ПР 14. Лични ПР пословних људи, јавних личности и уметника 15. Односи с новинарима у савременим условима на међународном нивоу			
Литература: 1. Радојковић М., Стојковић Б., Врањеш А., Међународно комуницирање у информационом друштву, Сlio, РТС, Београд, 2015. 2. Ђорђевић Д., Бешић Ц., Односи с јавношћу, Технички факултет Михајло Пупин, Зрењанин, 2005.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 2 Практична настава: 3			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Реторика			
Наставник: П: Бајић Јелена В: Никић Биљана			
Тип предмета: СА			
Година студија: 2			
Семестар студија: 3			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Упознати студенте са основама стилистике и реторике у циљу доградње лингвостилистичких и реторичких својства сопственог стила и побољшања његове јасности, сажетости и правилности.			
Исход предмета: Овладавање знањима и вештинама из стилистике и реторике, унапређивање језичке способности студената и развијање њихових комуникационих способности.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Основе стила и стилистике 2. Појам и врсте стила - научни, публицистички, књижевни, административни, пословни 3. Стил и комуникација у маркетингу и односима с јавношћу 4. Реторичка концепција стила 5. Семиолошка концепција стила 6. Лингвистички, естетски и емоционални елементи стила 7. Стилска средства - глас, реч, реченица 8. Стилске методе 9. Креативно писање 10. Предмет, циљ и методе реторике 11. Структура говора 12. Говорни жанрови 13. Невербална средства говора <u>Практична настава</u> 14. Креативно писање на различите теме 15. Говорне вежбе			
Литература: 1. Петровић С., Реторика, ИШП Савремена администрација, д.д., Београд, 1995. 2. Рогановић Б., Реторика, Војноиздавачки завод, Београд, 2001.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 3 Практична настава: 2			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Пропаганда			
Наставник: П: Бајић Јелена В: Радуловић Ивана			
Тип предмета: СС			
Година студија: 2			
Семестар студија: 3			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Пружање теоријског знања из области: пропаганде, информисања, јавног информисања, масовног информисања и комуницирања.			
Исход предмета: Стечено знање и вештине пружају не само добро познавање пропаганде, њених циљева и задатака, него и практично управљање и планирање пропаганде у области пословања.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Појам, значење, задаци и циљ пропаганде			
2. Врсте и облици пропаганде			
3. Пропагандни посредници; пропагатори; пропагандисти			
4. Пропагандне константе; пропагандни чиниоци, политика и принципи			
5. Пропагандна акција; пропагандно истраживање; пропагандно комуницирање			
6. Пропагандна кампања; планирање пропаганде; управљање пропагандом			
7. Пропагандна идеја; парола; говор			
8. Пропагандна порука; апел			
9. Пропагандни албум; прилози; програм			
10. Пропагандна стратегија и тактика			
11. Психологија и етика пропаганде			
12. Пропагандни материјал			
13. Пропагандни сценарио; синопсис; стил			
14. Маркетинг, пропаганда и промоција			
15. Економска пропаганда			
Литература:			
1. Бернајс Е., Пропаганда, Амоните, Београд, 2019.			
2. Тадић М., Основи међународне пропаганде, Бина доо, Београд, 2002.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 3	
Методе извођења наставе:			
предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Стратегијски менаџмент			
Наставник: П: Славковић Раде В: Стојановић Љубица			
Тип предмета: СА			
Година студија: 2			
Семестар студија: 4			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Упознавање студената са суштинском стратешком димензијом савременог маркетинга и стратегијама које су усмерене на потрошача према задатим потребама.			
Исход предмета: Оспособљавање студената за примену стручних знања и искустава у стратешком маркетингу са циљем да ефикасно идентификују потребе потрошача и на професионалан начин одговоре маркетинг понудом.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Концепт стратегијског управљања 2. Дефинисање стратегијског менаџмент-маркетинг стратегије 3. Менаџмент у стратегији пословања и стратегијском миксу пословних функција 4. Приступ менаџмент стратегији 5. Развијање менаџмент и маркетинг стратегије 6. Стратегијски избор менаџмента и маркетинга 7. Стратегијско менаџмент позиционирање 8. Повезивање менаџмент стратегије 9. Вредновање менаџмент стратегије 10. Врсте контроле 11. Мерила контроле 12. Развијање модела за вредновање менаџмент стратегије 13. Однос стратегије и тактике менаџмента 14. Планирање менаџмент стратегије и имплементација 15. Савремене менаџмент стратегије			
Литература: 1. Бешић Ц., Ђорђевић Д., Стратегијски менаџмент, Факултет техничких наука, Чачак, 2019. 2. Coulter М., Стратегијски менаџмент на делу, Дата статус, Београд, 2010.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 3 Практична настава: 2			
Методe извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Теорија књижевности			
Наставник: П: Милић Јелена В: Милић Јелена			
Тип предмета: АО			
Година студија: 2			
Семестар студија: 4			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Овладавање основним појмовима књижевне теорије. Стицање знања о структури књижевног, фикционог текста и о књижевним конвенцијама.			
Исход предмета: Развијање способности за креативно и самостално тумачење књижевних текстова.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Теорија књижевности (стил и стилистика, књижевни родови и врсте)			
2. Народна књижевност (опште одлике, периодизација, жанрови, однос писане и усмене књижевности)			
3. Средњовековна књижевност (опште одлике, периодизација, жанрови, стилска средства, најзначајнији писци)			
4. Српска књижевност 18. века			
5. Српски класицизам и предромантизам			
6. Српски романтизам			
7. Српски реализам			
8. Српски симболизам и рана модерна			
9. Књижевност српске модерне			
10. Књижевност српске авангарде			
11. Савремено српско песништво и проза			
12. Српска ратна књижевност (ратна поезија, ратни роман, криминалистички роман)			
13. Светска књижевност			
14. Креативно писање прозе и поезије (основни модели и технике приповедања, песнички језик...)			
15. Усмена и писмена вежбања (реторичке вежбе, беседе, расправе, реферати, критике...)			
Провера знања:Колоквијм I; Колоквијум II; одбрана семинарских радова; панел дискусија			
Литература:			
1. Милић Н., Модерно схватање књижевности, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2002.			
2. Velek R., Voren O., Теорија књижевности, Утопија, Београд,2004.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 3	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испт	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Српски језик 3			
Наставник: П: Милић Јелена В: Милић Јелена			
Тип предмета: АО			
Година студија: 2			
Семестар студија: 4			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Стицање основних знања о граматички и правопису стандардног, савременог српског језика, уз упознавање са претходним књижевним језицима. Настава обухвата следеће области: фонетику (подела гласова српског језика, савладавање гласовних промена и правописних правила везаних за њих); морфологију (с циљем стицања знања о врстама речи и њиховим граматичким карактеристикама, о творби речи, подели речи на слоге и морфеме), акцентологију (с циљем упознавања са прозодијским системом српског књижевног језика) и синтаксу (с циљем да студенти усвоје основна знања из синтаксе прости и синтаксе сложене реченице). Након стицања наведених знања, студенти треба да унапреде говорну и писану културу.			
Исход предмета: Теоретско знање из српског језика које је основно оруђе комуниколога у обављању своје делатности. Практична примена стеченог знања у свакодневној и професионалној говорној и писаној комуникацији.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Језик и комуникација (компоненте и структура комуникације, порука, код, језички контекст, функције језика...) 2. Комуникационе способности и српски језик (језичка и комуникациона компетенција, комуникациони стилови...) 3. Усмено комуницирање (вербална комуникација, језик као елемент симболичке интеракције...) 4. Комуникацијске вештине говорења и слушања (композиција говора, стратегија јавног наступа, култура слушања) 5. Комуникативна синтакса (лексичко-граматичка формализација комуникативне синтаксе у српском језику) 6. Невербално комуницирање (праћећи невербални елементи у разговорном дискурсу) 7. Писано комуницирање (вештине писаног комуницирања, ефективне технике писања, кореспонденција) 8. Креативно писање 9. Пословно комуницирање (облици пословног комуницирања, пословни разговор...) 10. Пословна кореспонденција и пословно писмо 11. Идентитет српског језика у комуникацијама на Интернету 12. Правилна употреба српског језика у комуниколошким моделима безбедносних система 13. Комуницирање у области криминалистике и безбедности (комуницирање у организацијама или унутар њих) 14. Усмено и писано комуницирање у кризним ситуацијама 15. Усмена и писмена вежбања (реторичке вежбе, беседе, расправе, реферати, критике...) Провера знања: Колоквијум I; Колоквијум II; одбрана семинарских радова; панел дискусија			
Литература: 1. Милосављевић П., Теорија књижевности, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1997 .			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 5	Практична настава: 2
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		

семинар-и	0-15		
-----------	------	--	--

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу	
Врста и ниво студија: Основне струковне студије	
Назив предмета: Енглески језик 2	
Наставник: П: Добросављевић Ана В: Добросављевић Ана	
Тип предмета: АО	
Година студија: 2	
Семестар студија: 4	
Статус предмета: изборни	
Број ЕСПБ: 8	
Услов: Нема	
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти унапреде своје знање енглеског језика на нивоу А2/В1 Заједничког европског референтног оквира за језике (CEFR), кроз развој језичких вештина (читање, писање, слушање и говор), са посебним нагласком на практичну употребу језика у свакодневним и академским контекстима. Циљ је да се развију способности читања и разумевања аутентичних текстова различитих жанрова, унапреде језичке, комуникацијске/интерперсоналне и основне вештине неопходне у образовању струке; подстакне самостално изражавање на основу претходно стечених знања, аргументовано исказивање сопствених ставова; развијање аналитичких способности, конструктивног и критичког мишљења, решавање проблема (кроз анализу, дискусије, упоређивање, евалуацију, извођење закључака; кроз дијалог, интерперсоналну комуникацију, кооперацију; грађење самопоуздања, толеранције, итд); подстиче активно учешће студената у наставном процеса, развија одговорности за сопствено учење и развој, и подстиче студенте на даљи самосталан рад у циљу унапређења вештина учења и постизања аутономије студента.	
Исход предмета : По успешном завршетку предмета, студент ће бити у стању да:	
1. Разуме и користи познате изразе и фразе из свакодневног и академског окружења. 2. Води једноставну конверзацију о познатим темама (посао, путовања, образовање, слободно време). 3. Напише краће текстове (имејл, кратак извештај, писмо) користећи одговарајућу структуру и вокабулар. 4. Разуме главне идеје из краћих писаних и усмених текстова на стандардном енглеском језику. 5. Користи основне граматичке структуре (времена, модални глаголи, кондиционали, пасив, поређење придева, итд.) са релативно високом тачношћу. 6. Побољша изговор и тачност говора кроз говорне активности у пару и групи. 7. Ефикасно користи стратегије за учење језика, укључујући самостално учење и рад са дигиталним ресурсима.	
1.	Tenses-Present, Past, Future /Question words Vocabulary-Synonyms, adjectives+prepositions Social English Reading-Happiness quiz Writing – A postcard about a holiday.
2.	Present Aspect in English-Review of Present Tenses Vocabulary-state verbs+ing or infinitive usage and practice Writing –Describing friends.
3.	Past Aspect in English-Review of Past Tenses Listening-Radio news item Speaking Project-Research a news story Writing-Picture story Dictation-Transcribing a news story.
4.	Verb patterns verb+ing or infinitive Future Forms Phrasal Verbs Literal and Idiomatic Reading comprehension-A girl with two families Speaking –Debate –Living at home or leaving home? Writing a semi-formal email.
5.	Modal verbs form and usage Vocabulary Clothing items/Materials Listening –My favorite writer Speaking-Describing an outfit and appearance Writing –Formal and Informal email.
6.	Suffixes and Prefixes Word Formation rules Reading /Living History Speaking-Question tags Listening-A family history Writing –Biography.
7.	Narrative tenses Joining sentences/conjunctions Reading-The Strange Case of Dr Jekyll and Mr Hyde Speaking-Stories from your childhood Writing –Book/or Film review.
8.	Passives form and function, practice Vocabulary-Collocations and compound adjectives Reading –Five internet firsts Listing –Modern Life Writing –For and Against essay.
9.	Continuous Aspect-Usage and practice Agreeing and disagreeing Reading –Four generations of Gettys Speaking-Research a famous family Writing-Filing in forms and questionnaires.
10.	Zero and First Conditional form and usage Prepositions with nouns, verbs or adjectives Speaking-Ar the crossroads Writing a summary.
11.	Second and Third Conditional Speaking –Dilemmas Reading –The History of Universe. Listening –My vision for the 21 st century Writing-What would you do if you won the lottery?
12.	Information question and Indirect Question usage and form Adverbs and adjectives and their functions.

13.	Noun phrases articles and Reflexive pronouns Reading –London's new Eurostar station Listering –Identifying objects Writing –A famous town/city Descriptive essay.		
14.	Reported Speech-Statements, Questions usage and practice Vocabulary –Reporting Verbs Reading –People who changed the world Writing –Transactional email.		
15.	Phrasal verbs literal and idiomatic meaning Speaking- Expressing attitude Listering –A radio dramawriting-Discursive essay.		
Литература: 1. J. L. Soars ., Headway Pre-Intermediate, Oxford, 1991. 2. J. L. Soars ., New headway english course, Oxford, 1998.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методe извођења наставe: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе колоквијум			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	015		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Основи организације			
Наставник: П: Јовановић Александра В: Јовановић Александра			
Тип предмета: СС			
Година студија: 2			
Семестар студија: 4			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Циљ овог предмета је пружање знања из области организације као науке, основним моделима организације и новим начинима повезивања организација.			
Исход предмета: Након похађања студијског предмета студенти су способни да примењују и препознају различите моделе организационе структуре.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Увод у организацију - дефинисање, задаци 2. Организације, менаџмент, менаџери 3. Карактеристике, принципи, начела 4. Организација као наука 5. Теорије организације 6. Организациона структура, организација као систем 7. Организациона средина, организациона култура, модели, технологија и стратегија, 8. Идентификовање и груписање послова у организацијама 9. Пословне функције организације 10. Институционални облици организовања; организација великих пословних система 11. Пословне јединице великих пословних система 12. Принципи организације рада и средстава 13. Типови организације 14. Организација комерцијалног пословања, набавке, продаје, складиштења 15. Организација финансијске, рачуноводствене и правне службе			
Литература: 1. Коларић В., Костић Ж., Стефановић Ж., Петковић М., Основи организације, ИРО научна књига, Београд, 1986. 2. James M., Herbert S., Теорија о организацији, БИГЗ, Београд, 1972.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 2 Практична настава: 3			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испт	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Политички маркетинг			
Наставник: П: Митић Габријела В: Савовић Теодора			
Тип предмета: СС			
Година студија: 2			
Семестар студија: 4			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Овладавање вештинама комерцијалног вршења политичке пропаганде, упознавање са развојем, врстама, функцијама, методама и техникама, као и правилима израде стратегије кампање и њене реализације.			
Исход предмета: Стечене вештине омогућавају успешну примену маркетинг услуга у политичким кампањама, њиховој операционализацији и реализацији.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Појам и и врсте, концепција политичког маркетинга и политичког комуницирања			
2. Настанак и развој политичког маркетинга и теоријске основе;			
3. Методе и технике политичког маркетинга			
4. Политичко убеђивање, избори као политички маркетинг			
5. Изборна мотивација, детерминанте изборног понашања (партијска идентификација, имиџ партије и кандидата и теме кампање)			
6. Дијагностика стања у друштву и политичког односа снага			
7. Стратегија и тактика промоција политичких субјеката			
8. Позиционирање партије и кандидата, окоснице кампање и слогани			
9. Бесплатни облици промоције странака и кандидата: публицитет у медијима, односи са јавношћу, официјелни облици промоције, медијске дебате и дуели			
10. Плаћени облици промоције странака и кандидата: ТВ спот, радио, реклама у новинама;Интернет			
11. Плаћени облици промоције странака и кандидата. Јавни скупови, политички плакат, слање писама на адресе бирача, кућне посете, други промотивни материјали			
12. Негативно политичко рекламирање			
13. Финансирање и организација кампање			
14. Ефекти маркетиншких активности			
15. Политички маркетинг и етика			
Литература:			
1.Zerfab A., Радојковић М., Менаџмент политичке комуникације, Фондација Konrad Adenauer- Медијски програм Југоисточна Европа, Београд, 2011.			
2. Славујевић З., Политички маркетинг (четврто издање), Факултет политичких наука,Београд, 2007.			
Број часова активне наставе 5		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 3	
Методе извођења наставе:			
предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови,интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Међународни маркетинг			
Наставник: П: Митић Габријела В: Митић Габријела			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 5			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Усвајање знања из области међународног маркетинга потребних за правовремено доношење маркетинг одлука при наступу на међународном тржишту.			
Исход предмета: Студент ће бити оспособљен да разуме међународно тржиште и врши избор адекватне стратегије међународног маркетинга.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Основе међународног маркетинга 2. Међународно-економско, трговинско, интеркултурално окружење. Међународно-политичко, регулаторно и правно окружење 3. Међународни информациони системи и маркетинг истраживања. Међународна конкурентна предност. 4. Избор начина уласка на међународно тржиште 5. Одлучивање о уласку на међународно тржиште 6. Извоз. Уговорни споразуми. Глобална стратегијска партнерства 7. Колоквијум 8. Стратегија међународног маркетинг микса 9. Стратегија међународног производа 10. Стратегија међународне цене 11. Стратегија међународне дистрибуције. Стратегија међународних интегрисаних маркетинг комуникација 12. Управљање међународним маркетинг активностима 13. Планирање међународних маркетинг активности 14. Контрола међународних маркетинг активности 15. Колоквијум			
Литература: 1. Шапић С., Филиповић Ј., Међународни маркетинг, Економски факултет Универзитета, Крагујевац, Интер принт, Крагујевац, 2019. 2. Douglas S. P., Craig C. S., Глобални маркетинг стратегија, Пословни систем Грмеч-Привредни преглед, Београд, 2001.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 3 Практична настава: 2			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Пословна кореспонденција			
Наставник: П: Јовановић Александра В: Јовановић Александра			
Тип предмета: АО			
Година студија: 3			
Семестар студија: 5			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема			
Циљ предмета: У настави овог предмета важно је описменити студенте у делу опште и пословне писмености. Организација и реализација практичних вежби имају за циљ развој креативности и формирање основних модела међујезичке и интеркултуралне писане комуникације.			
Исход предмета: Након савладаних наставних садржаја овог студијског предмета студент ће бити оспособљен да обавља успешну пословну кореспонденцију.			
Садржај предмета: Теоријска настава 1. Језик, друштво, култура. Језичко значење, употреба језика 2. Језичка норма и нивои кодификације. Књижевни језик и писани језик. Језик и општа теорија стандарда. Фонетика, морфолошка, синтактичка и лексичка норма 3. Српски између великих и малих језика. Кратак преглед историје српског језика 4. Говор и писање. Међусобни односи европских писаца. Развој ћирилице и латинице на нашем језичком простору. Писма у контакту 5. Историјска, социolingвистичка и уставно правна димензија језика и писма. Диграфија и диглосија 6. Правопис српског језика. Кратка историја. Основе и правила актуелног правописа. Правописне недоумице. Коректурна схема 7. Језици у контакту. Српски језик у светлу лингвистичке екологије. Глотографија 8. Стил и писање. Лингвистички, естетски и емоционални елементи стила. Функционални стилови. Основна својства доброг стила 9. Писано пословно комуницирање. Основне одлике писаног пословног исказа. Основна правила писаног и пословног комуницирања 10. Пословно писмо. Основне одлике. Главни и споредни делови. Битне функције пословног писма. Језик и стил пословног писма 11. Посебне врсте писаног пословног комуницирања. Обрасци, уговор, рачуни, решења, одлуке, закључци, ЦВ, записници, царинска и шпедитерска документација 12. Посебни писани пословни искази у службеној кореспонденцији: посетница, проспект, каталог, летак, монографија 13. Електронска пошта. Најновији комуникациони системи за пренос, рекомпоновање, складиштење и коришћење информација 14. Етика пословне кореспонденције. Јединство етике и морални плурализам 15. Технолошки трикови у служби манипулације			
Литература: 1. Цветковски Т., Цветковска-Оцокољић В., Пословна комуникација у савременим условима пословања, Универзитет Мегатренд, Београд, 2007. 2. Костић Б., Менаџмент и кореспонденција, Предузеће за маркетинг и менаџмент Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1994.			
Број часова активне наставе 6 Теоријска настава: 2 Практична настава: 3			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20

практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Теорија и пракса јавног мњења			
Наставник: П: Милић Јелена В: Милић Јелена			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 5			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Савладавање основних теоријских појмова јавног мњења, његовог историјског развоја и савремених метода и техника за истраживање јавног мњења.			
Исход предмета: Усвојено теоријско знање у области јавног мњења омогућава разумевање значаја дијалога, публике и јавне сфере.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Појаве које су претходиле масовним комуникацијама (јавност, група и маса) 2. Група и облици групне комуникације (лидер, моделатор и медијатор групне комуникације) 3. Маса и њене карактеристике (вођа и масовни човек) 4. Личност – негација масовног човека 5. Генеза грађанске јавности (Хабермасов појам грађанске јавности) 6. Појам и типологија публике 7. Начини остваривања (посредне и непосредне) комуникације с различитим врстама публике 8. Јавно мњење и класификација његових вредности 9. Теорије јавног мњења и методе и технике истраживања јавног мњења 10. Обици (црне и беле) пропаганде и основне фазе које обухвата процес кампање (идентификација, презентација, компарација и диригована или спонтана анкета) 11. Појам јавне сфере 12. Дијалог као могућа врста комуникације (облици полемике, преговора, наговарања и надговарања) 13. Култура јавног говора и типови комуникацијске одговорности 14. Обраћање јавности посредством радија и телевизије, конференција за новинаре и саопштењима за јавност 15. Сајбер – простор и јавна сфера			
Литература: 1. Томић З., Комуникација и јавност, Чигоја штампа, Београд, 2007. 2. Edvard V., Пропаганда, Стварање јавног мњења, AMMONITE, Београд, 2014.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 3 Практична настава: 2			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Основи новинарства			
Наставник: П: Бајић Јелена В: Никић Биљана			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 5			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Усвајање основног теоријског знања у области медија и савременог новинарства, односима с медијима, структуром и функцијама новинарства и основним новинарским жанровима.			
Исход предмета: Након одслушаног предмета студенти успешно владају теоријским и практичним знањима и вештинама новинарства који су потребни за изградњу и одржавање односа с медијима.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Основи новинарства, новинарска делатност 2. Новинарство и новинар 3. Новинарске организације, агенције и удружења 4. Новинарство на радију, телевизији, у штампи, Интернету и другим средствима комуницирања 5. Основи историје новинарства 6. Принципи новинарског стварања 7. Облици новинарског изражавања- карактеристике и подврсте новинарских жанрова 8. Увод у научно новинарство 9. Агенцијско новинарство 10. Медији и новинарство 11. Новинарске документоване форме 12. Новинарски стилови 13. Фактографски жанрови-вест, извештај, интервју 14. Белетристички жанрови – репортажа, фелтон, хумористичко-сатирични прилози 15. Новинарство и књижевност 16. Истраживачко новинарство 17. Организација конференције за штампу 18. Новинарске стратегије, технике и средства за новинарско стварање 19. Практична настава: Новинарска радионица			
Литература: 1. Бјелица М.,Јевтовић З., Новинарство у теорији и пракси, Антуријум, Београд, 2005. 2. Бјелица М.,Јевтовић З., Историја новинарства, Универзитет Мегатренд, Београд, 2006.			
Број часова активне наставе 5 Теоријска настава: 2 Практична настава: 3			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Управљање односима с јавношћу			
Наставник: П: Алкалај Ивана В: Лукић Горица			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 6			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Проширивање постојећих и усвајање нових знања о успешном планирању и управљању односима с јавношћу уз поштовање етичких начела и друштвене одговорности.			
Исход предмета: Студенти су оспособљени за примену стручних знања и искустава у формирању циљева, стратегија и тактика односа с јавношћу и у методама и техникама управљања у односима с јавношћу.			
Садржај предмета: Теоријска настава 1. Концепт односа с јавношћу. Дефиниција и делокруг односа с јавношћу 2. Однос маркетинга и односа с јавношћу. Циљна јавност 3. Односи с јавношћу као функција, процес, професија и научна дисциплина 4. Организовање функције односа с јавношћу као стратешке функције менаџмента 5. Специјализација унутар функције односа с јавношћу. Функција портпарола. Корпоративни односи с јавношћу. Избор и ангажовање специјализованих агенција за односе с јавношћу. Активности односа с јавношћу. Изградња корпоративног идентитета, имиџа и репутације 6. Организација специјалних догађаја. Односи са медијима. Спонзорство. Пословни протокол. Интерни односи с јавношћу. Лобирање 7. Комуницирање друштвене одговорности. Односи с јавношћу у кризним ситуацијама. Планирање односа с јавношћу. Истраживање јавног мњења. Ситуациона анализа 8. Утврђивање циљева односа с јавношћу. Дефинисање стратегија и тактика. Одређивање буџета за програм односа с јавношћу 9. Евалуација и мерење ефикасности и ефективности односа с јавношћу 10. Стратегије односа с јавношћу у непрофитном сектору. Стратегије односа с јавношћу у међународном и мултикултуралном окружењу. Етички аспекти односа с јавношћу 11. Микс промоције; Критеријуми формулисања и имплементације промотивних стратегија. Етички аспект у промотивним стратегијама 12. ПР кампање и програми као континуирани процес 13. Ситуациона анализа, планирање и програмирање, имплементација плана - предузимање акција и комуницирање, оцена ефикасности, прилагођавање променљивим условима 14. Мерење ефеката промоције у току и после промоције 15. Управљање односима с јавношћу и улога у интегрисаним маркетинг комуникацијама			
Литература: 1. Базић М., Базић А., Савремени односи с јавношћу, треће допуњено издање, Научна КМД, Београд, 2010. 2. Braun Dž., Godin P., Moran V., Односи с јавношћу и комуникација у локалној управи и јавним службама, Clío, Београд, 2016.			
Број часова активне наставе 7 Теоријска настава: 4 Практична настава: 3			
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

Садржај

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Корпоративно и кризно комуницирање			
Наставник: П: Конатар Веселин В: Ристић Славољуб			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 6			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета: Усвајање теоријских и практичних знања из савременог корпоративног и кризног комуницирања које обухвата бројне активности на различитим нивоима у организацији и у различитим ситуацијама.			
Исход предмета: Успешно и конструктивно корпоративно комуницирање у кризним ситуацијама са што мање негативних последица на пословање и углед организације и њене запослене.			
Садржај предмета: <u>Теоријска настава</u> 1. Дефинисање корпоративног комуницирања 2. Припрема комуникацијске стратегије организације 3. Утемељење унутрашње и спољашње комуникације као подршка управљачком тиму и организацији 4. Операционализација садржаја и активности за подршку (припрема говора и наступа, видео продукција, заштита интереса, учешће приликом преузимања...) 5. Успостављање односа с медијима 6. Управљање односима с владом 7. Подршка стратегији услуга и продаје и односи са корисницима услуга и потрошачима 8. Изградња савезништава и сарадња са интересним групама 9. Сарадња с локалном заједницом и развој друштвене одговорности 10. Комуницирање са запосленима 11. Дефинисање кризе и кризне ситуације 12. Предвиђање и процена кризне ситуације 13. Спољашњи и унутрашњи узроци кризе 14. Управљање ризицима и кризним ситуацијама 15. Комуникацијски алати			
Литература: 1. Милашиновић С., Јевтовић З., Методологија истраживања конфликта и кризно комуницирање у савременом друштву, Криминалистичко-полицијска академија, Београд, 2013. 2. Милашиновић С.,Кешетовић Ж., Кризни менаџмент у историјској перспективи, Криминалистичко-полицијска академија, Београд, 2013.			
Број часова активне наставе 7		Теоријска настава: 3	Практична настава: 4
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Методологија истраживања			
Наставник: П: Инђић Дејан В: Кресовић Синиша			
Тип предмета: СС			
Година студија: 3			
Семестар студија: 6			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета:			
Предмет пружа основно знање за извођење истраживачког рада у области: комуникација, медија,маркетинга, менаџмента, односима с јавношћу, односима с медијима.			
Исход предмета:			
Овладавање методологијом истраживања омогућава да студенти успешно примењују научене истраживачке методе и технике у истраживачком поступку.			
Садржај предмета:			
<u>Теоријска настава</u>			
1. Појам, класификовање, значај, делови и функције методологије истраживања			
2. Филозофске методе			
3. Опште научне методе			
4. Посебне научне методе			
5. Појединачне научне методе			
6. Методе решавања оперативних проблема			
7. Истраживачки поступак			
8. Проблем и предмет истраживања			
9. Циљеви и задаци истраживања			
10.Хипотезе			
11.Начин истраживања			
12.Научна и друштвена оправданост истраживања			
13.Планови истраживања			
14.Организовање и реализовање истраживања			
15.Израда саопштења			
Литература:			
1.Николић З., Методологија научно-истраживачког рада, Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад, 2010.			
2. Ђорђевић М., Методологија научног истраживања, Висока школа струковних студија за криминалистику и безбедност, Ниш, 2011.			
Број часова активне наставе 6		Теоријска настава: 3	Практична настава: 3
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, консултације, усмена предавања илустрована Power Point презентацијом, индивидуални и групни радови, интерактивни облик наставе, презентације, дискусионе групе, колоквијум.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	0-10	писмени испит	20
практична настава	0-10	усмени испит	20
колоквијум-и	0-25		
семинар-и	0-15		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Стручна пракса			
Наставник:			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 6			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: У складу са Законом о високом образовању и Статутом школе.			
Циљ : Стицање непосредних сазнања о функционисању и организацији предузећа и институција које се баве пословима у оквиру струке за коју се студент оспособљава и могућностима примене усвојених знања у пракси.			
Очекивани исходи: Оспособљавање студената за примену претходно усвојених теоријских и стручних знања за решавање конкретних практичних проблема у оквиру изабраног предузећа или институције. Упознавање студената са делатностима изабраног предузећа или институције, начином пословања и управљањем.			
Садржај стручне праксе: Формира се за сваког кандидата посебно, у договору са руководством предузећа или институције у којима се обавља стручна пракса, а у складу са потребама струке за коју се студент оспособљава.			
Број часова, ако је специфицирано		6x15=90	
Методе извођења : Консултације и писање дневника стручне праксе у коме студент описује активности и послове које је обављао за време стручне праксе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Према упутствима КАПК од 14. новембра 2011. године, стручна пракса се не оцењује.			
http://www.kaprk.org/images/stories/ODGOVOR%20NA%20PITANJA%20O%20STRUČNOJ%20PRAKSI.pdf			
Предиспитне обавезе	Поена		Поена
Извештај о реализованим задацима датих од стране лица из пословног система задуженог за праћење студената на пракси.	10	Усмена одбрана дневника стручне праксе и извештаја о реализованим активностима датог од стране лица из пословног система.	50
Израда Дневника стручне праксе	20		
Извештај о реализованим задацима датих од стране лица из пословног система задуженог за праћење студената на пракси.	20		

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу	
Врста и ниво студија: Основне струковне студије	
Назив предмета: Стручно-истраживачки рад СТИР	
Наставник/наставници: Сви наставници на студијском програму	
Тип предмета: СА	
Година студија: 3	
Семестар студија: 6	
Статус предмета: Обавезни	
Број ЕСПБ: 2	
Услов: уписан шести семестар	
Циљ предмета Да упозна студента са правилима, поступцима и процесима истраживачког рада и његове презентације из одабране области.	
Исход предмета Студент је оспособљен да демонстрира примену принципа и теоријских основа стечених током студија, познавање стања истраживања у области теме Завршног рада.	
Садржај предмета Теоријска настава Самосталан рад студента на теми коју је одабрао са списка расположивих тема. Предметом завршног рада се описује пројекат на коме студент ради током унапред одређеног времена. Током рада води се рачуна: • да рад садржи опис фаза рада, остварених резултата, као и опис примењених метода; • да рад мора бити креиран уз примену научног стила писања. Литература мора садржати рецензиране текстове и никако не сме садржати само референце са интернета; • рад осим главних резултата везаних за тему треба обавезно да садржи и приказ основних резултата из уже области из које је рад. На тај начин студент демонстрира познавање стања истраживања из те области. Дobar рад обично садржи и анализу сличних радова на енглеском језику као и образложење у чему је сличност/разлика у односу на резултате које је остварио кандидат. Практична настава Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад.	
Литература У зависности од одабране теме студијског рада. Литература се састоји од рецензираних радова и књига.	
Предмет завршног рада	2x15=30
Методe извођења наставе Студенти при упису семестра бирају одговарајућу тему, а која је предложена од стране наставника. Студент демонстрира самосталност рада у одабраној дисциплини израдом предмета завршног рада у којем се обрађује одговарајућа тема из те дисциплине. На испиту се завршни рад брани кроз проверу разумевања основних принципа одабране дисциплине.	

[Садржај](#)

Студијски програм: ОСС Менаџмент односа с јавношћу			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Завршни рад			
Наставник: Ментор завршног рада			
Тип предмета: СА			
Година студија: 3			
Семестар студија: 6			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов за пријаву теме рада: студент мора да положи све испите на студијском програму			
Услов за одбрану завршног рада: успешно обављења стручна пракса			
Циљ предмета Израда завршног рада из стручно-апликативне области на основу резултата добијених у пракси кроз процес истраживања и упоређивања са објављеним подацима на исту тему; оспособљеност за повезивање теорије и праксе; коришћење методологије истраживања у области менаџмента односа с јавношћу; оспособљеност за адекватно презентовање резултата, доношење закључака у области која је предмет истраживања; способност валоризације сопственог рада, предлагања мера и унапређење области менаџмента односа с јавношћу.			
Исход предмета По завршетку израде завршног рада од студента се очекује да стекне знања и вештине у: претраживању литературе, процени валидности и значаја резултата публикација, дизајнирању истраживања, формулисању истраживачког питања, прикупљању података, статистичкој обради резултата, анализи добијених резултата, доношењу адекватног закључка истраживања и изради презентације резултата. По завршетку израде завршног рада од студента се очекује да стекне ставове о етичким принципима истраживачког рада и критичком односу према сопственим резултатима. Оспособљеност студента да индивидуално и тимски учествује у свим облицима истраживачког рада у области менаџмента односа с јавношћу.			
Општи садржаји Завршни рад представља истраживачки рад студента у коме се он упознаје са методологијом истраживања у области менаџмента односа с јавношћу. Завршни рад се ради из стручно - апликативних предмета и односи се на истраживања у области менаџмента односа с јавношћу на свим нивоима имплементације. Истраживање се спроводи у области функција и компетенција струковних менаџера односа с јавношћу. Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад у форми која садржи следећа поглавља: увод, циљеви, методе истраживања, резултати и дискусија, закључак са предлогом мера и литература.			
Методе извођења Према интересовању, студент се опредељује за стручну област истраживања, на основу које има могућност избора ментора. У договору са ментором, одређује се тема завршног рада, дизајн истраживања и неопходна литература. Истраживање се спроводи уз рад са изабраним ментором. Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад према упутству о писању завршног рада. Усмена одбрана завршног рада пред трочланом комисијом је јавна и реализује се према усвојеном протоколу установе.			
Литература: Сва доступна литература часописи, уџбеници, упутства, процедуре везане за тему			
Број часова активне наставе: 0 Теоријска настава: 0 Вежбе: 0 Остало: 2			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
Израда завршног рада	50	Презентација	20
		Одговори на питања	30
Укупно:	50		50

[Садржај](#)