

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : Основне академске студије новинарства				
Врста и ниво студија: Студије првог степена				
Назив предмета: Односи са јавношћу				
Наставник (Презиме, средње слово, име): доц. др. Кљајић Л. Веселин				
Статус предмета: обавезни				
Број ЕСПБ: 4				
Услов:				
Циљ предмета: Предмет се бави односима са јавношћу као мултидисциплинарним приступом који обухвата комуникацију са свим циљним јавностима и на тај начин доприноси грађењу репутације особе, производа или компаније.				
Исход предмета: Програмом из предмета Односи са јавношћу предвиђено је стицање теоријских и практичних знања који ће омогућити дипломираним студентима да се укључе у сваки део процеса који односи са јавношћу обухватају. Кроз предавања посебно ће бити акценован рад на усавршавању и препознавању вештина којима будући комуникатори треба да се усавршавају. На тај начин ћемо будуће дипломце оспособити за рад у агенцијама које се баве односима са јавношћу и маркетингом, великим компанијама које имају развијене секторе из ове области, државним институцијама и политичким странкама где је потреба за овом врстом кадрова све већа.				
Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> Дефинисање појмова – односи са јавношћу, адвертајзинг, маркетинг, пропаганда, публицитет, брендинг; Пракса односа са јавношћу кроз историју; Управљање пројектима и људима; Вештине писања и презентовања – основне вештине потребне професионалцима у односима са јавношћу; Истраживање и евалуација – први и последњи степен сваког ефикасног пројекта; Однос медијима – ефикасна и континуирана комуникација са медијима Интерна комуникација – запослени као примарна циљна група у комуникацији; Употреба нових технологија за комуникацију – ИТ ПР; Лобирање – Начин утицаја на доносиоце одлука; Креирање догађаја – креативна употреба догађаја у комуникацији; Корпоративна комуникација – «велика слика» комуникације која се обавља у великој организацији; Лични ПР - Од идентитета, преко грађења имиџа до репутације личности; Један дан у животу ПР-а – симулација агенције за односе са јавношћу. <i>Практична настава:</i> Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад				
Литература: а) основна: Односи са јавношћу – радни материјал Лондонске школе за односе са јавношћу (2004. – 2006.); Cutlip Scott M., Center Allen H., Broom Glen M. »Односи с јавношћу« , Мате, Загреб 2000; б) допунска: Wragg D., Односи с медијима , Clio, Београд, 1996; Бланд М., Мондесир С., Промоција на телевизији и радију , Clio, Београд, 1995.; Блек, Семјуел, Односи с јавношћу, Clio, Београд, 2003; Jo Billingham, Giving Presentations, Oxford 2003. Novak B., Benedetti K., Ritlop Mihelin S., Ritlop Mihelin T., Lobiranje je vroće: komuniciranje z vplivnim javnostmi za menedžerje , SPEM Komunikacijska skupina, Maribor, 2006				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања:2	Вежбе:1	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе: Настава из предмета односи са јавношћу ће се реализовати као интерактивна настава која обухвата истовремено и предавања и вежбе. Остварује се комбинацијом уводних излагања професора или референата – студената за појединачне наставне јединице, Повер поинт и видео презентација и групних дискусија. Биће коришћени материјали и искуства из праксе великих компанија, политичких странака, агенција за односе са јавношћу.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	15	писмени испит		50
практична настава		усмени испт		35
колоквијум-и			
семинар-и				