



Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Наставни предмет		Интегрисане комуникације			
Ознака предмета:	D20024				
Број ЕСПБ:	10				
Наставник (ци)	Костић-Станковић М. Милица, Редовни професор Јовић Р. Марија, Ванредни професор				
Статус предмета:	И				
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	4	Студијско истраживачки рад:	3	
Предмети предуслови	Нема				
1. Образовни циљ:					
Оспособљавање студената за анализу и теоријску концептуализацију интегрисаних комуникација, базирано на: резултатима квантитативних и квалитативних истраживања, прегледу савремене референтне литературе и модела у овој области, као и обучавање студената за планирање, реализацију и контролу пројеката и активности интегрисаних комуникација у реалном пословном систему.					
2. Исходи образовања (Стечена знања):					
Студенти поседују и способни су да примене врхунска теоријска и практична знања у критичкој анализи и оригиналним истраживањима у примењеним областима комуникологије и интегрисања комуниколошких дисциплина са другим примењеним наукама. Самостално вреднују и систематизују резултате савремених истраживања и достигнућа у циљу унапређења постојећих и стварања нових модела интегрисања маркетиншких, корпоративних и дигиталних комуникација. Примењују напредне и специјализоване вештине и технике потребне за дизајнирање и имплементирање истраживања у области интегрисаних комуникација, као и управљање интердисциплинарним научним и стручним пројектима.					
3. Садржај/структура предмета:					
Теоријска настава Развој теорије стратешке комуникације. Модели интегрисане комуникације. Истраживања интегрисане комуникације у функцији стратешког комуницирања. Идентификација и класификација циљних јавности. Управљање репутацијом. Модели мерења репутације. Индекс репутације. Интегрисане маркетиншке комуникације. Интегрисане корпоративне комуникације. Комуникација са широм друштвеном заједницом као компонента интегрисане комуникације. Моделирање развоја процеса интегрисане комуникације. Друштвена одговорност и законска регулатива стратешке комуникације. Анализа модела интегрисане комуникације. Истраживање тржишта и јавног мњења у функцији формулисања одговарајућих стратегија интегрисане комуникације. Развој инструмената интегрисане комуникације. Израда плана интегрисане комуникације. Нови медији и интегрисана комуникација. Дигитална комуникација у стратешком развоју интегрисаних комуникација.					
Практична настава Анализа задатог модела интегрисане комуникације. Израда мапе стејкхолдера. Дизајн упитника за мерење корпоративне репутације. Компаративна анализа практичних примера интегрисане маркетиншке комуникације. Компаративна анализа практичних примера интегрисане корпоративне комуникације. Израда стратегије интегрисане комуникације. Дефинисање процедура интегрисане комуникације на примеру. Израда пројектног рада под менторством наставника.					
4. Методе извођења наставе:					
Предавања илустрована помоћним аудио-визуелним средствима, интерактивна дискусија, рад у малим групама, решавање студија случаја, самостално истраживање студената, консултације у изради пројектног рада и самосталан рад студената кроз учење и израду семинарског рада.					
Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Израда пројекта		Да	40.00	Усмени испит	
Семинарски рад		Да	30.00		
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година
1,	Костић-Станковић, М	Интегрисане пословне комуникације		ФОН	2011
2,	Костић-Станковић, М.	Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима		Задужбина Андрејевић	2013
3,	Властилица Т.	Корпоративна репутација и друштвена одговорност		Задужбина Андрејевић	2016
4,	Belch G., Belch M.	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 12th Edition		McGraw Hill	2021