



Факултет за културу и медије

ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ – ОСНОВНЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ПРЕДМЕТУ

Школска година 2015/2016.

- **Професор:** Проф. др Миливоје Павловић
e-mail: mpavlovic@nezbit.edu.rs
Консултације: четвртак, 12:00 – 13:00ч; 17:00 – 18:00ч, кабинет 24
Доц. др Мирјана Танкосић
e-mail: mtankosic@nezbit.edu.rs
Консултације: понедељак, 16:00–17:30ч;20:45–21:15ч; кабинет 53
- **Студент демонстратор:** Јасна Ђорђевић
e-mail: j.djordjevic@nezbit.edu.rs
Консултације: четвртак, 12:00 – 13:00ч; 17:00 – 18:00ч, кабинет 57
- **Обавезна литература:** проф. др Миливоје Павловић, доц. др Марија Алексић, *Односи с јавношћу*, Мегатренд универзитет, 2011.
- **Начин оцењивања:**
 1. **Полагање испита преко колоквијума** – у току семестра биће одржана два колоквијума. Први је планиран за **23.3.2016. године**, а други **25.5.2016. године** (детаљније информације о тачним терминима биће објављене на сајту). Сви студенти имају право изласка на први колоквијум без пријаве. Први колоквијум обухвата градиво до 83. стране, други колоквијум обухвата градиво од 83. до краја уџбеника. Право полагања другог колоквијума имају само студенти који су положили први. Сваки колоквијум носи по 30 поена и максимална оцена коју студент може да освоји на овај начин је 6 (60 поена ће имати сви студенти који положе оба колоквијума).
 2. **Израда семинарског рада** - потребно је да се студент јави асистенту у вези одабира теме и заказивања одбране. Рад се презентује јавно, на вежбама, до краја текућег семестра и носи 10 поена. Списак тема који је у прилогу није коначан, могу се предложити и друге теме (у договору са асистентом).
 3. **Активност** – активно учествовање студената на предавањима и вежбама носи 10 поена (евиденцију о активностима воде асистенти након сваког часа).

На овај начин могуће је освојити максималну оцену 8 (60+10+10).

4. За оцену 9 и 10 студент има обавезу изласка на испит, уз полагање градива из целог уџбеника.
5. Студенти који нису полагали колоквијуме, као и студенти који положе само први колоквијум, полагаће цело градиво на испиту, уз могућност добијања оцене од 5 до 10.

ТЕМЕ ЗА ИЗРАДУ СЕМИНАРСКОГ РАДА

1. Комуницирам, дакле, постојим
2. Комуникација и људске потребе
3. Масовна комуникација и масовна култура
4. Јавност и јавно мњење
5. PR и сродне делатности (сличности и разлике)
6. Стереотипи и предрасуде
7. Модели организовања односа с јавношћу (на конкретном примеру)
8. PR у кризним околностима (пример и анализа)
9. Спонзорство као вид PR (на конкретном примеру)
10. Односи с будућим запосленима (на конкретном примеру)
11. Заштитни знак као елемент корпоративног идентитета (пример и анализа)
12. PR и новинарство: две супротстављене делатности
13. Агенцијско новинарство
14. Белетристички жанрови у новинарству (пример и анализа)
15. Трагом вести (анализа фактографских жанрова)
16. Коментар и колумна (пример и анализа)
17. Специфичности оглашавања на ТВ
18. Оглашавање у штампи
19. Виртуелно и реално
20. Кибер простор и јавна сфера
21. Стварање и одржавање брэнда
22. Уметност на мрежи (кибернетска естетика)
23. Пропаганда, индоктринација, манипулација
24. PR и етички кодекси
25. Комуникација и нови медији
26. Цензура и аутоцензура
27. Положај сектора за односе с јавношћу у великој организацији
28. Управљање кризом и односи с јавношћу
29. Евалуација учинка односа с јавношћу
30. Електронска комуникација и етичке дилеме
31. Нормативна димензија односа с јавношћу
32. Односи с јавношћу и непрофитне организације
33. Моћ и немоћ слогана у време опште распричаности
34. Сегментирање јавности
35. Билборди као нови медиј
36. Хумор у оглашавању
37. Жене у огласима (употреба и злоупотреба)
38. Дечја права и домаћа оглашивачка пракса
39. Огласна репортажа
40. Употреба и злоупотреба интернета
41. Корпоративни идентитет (анализа примера по избору)

42. Анализа сајта Мегатренд универзитета
43. Анализа знака Мегатренд универзитета
44. Бонтон у електронској комуникацији
45. Редизајнирање заштитног знака
46. Конференција за штампу
47. Интервју у дневним новинама
48. Нове брзалице и разбрајалице
49. Услужни дух радија
50. Право на исправку у новинама
51. Зашто волим Радио Београд
52. Зашто не слушаам Радио Београд
53. Јавни медијски сервис – права и обавезе
54. Циљеви и средства истраживачког новинарства
55. Саопштење за јавност (припрема, садржај, слање, вредновање)
56. Таблоидно новинарство
57. Односи с локалном заједницом као вид PR
58. „Комуникација ризика“
59. Како видим себе као успешног менаџера за односе с јавношћу
60. Планирање кампање односа с јавношћу (пример и анализа)
61. Изградња идентитета, имиџа и репутације (пример и анализа)
62. Култура пословне комуникације
63. Планирање медијске кампање (анализа примера по избору)
64. Анализа веб-страница једне компаније у Србији
65. PR у државним установама и органима власти (пример и анализа)
66. PR у политичким организацијама (анализа примера по избору)
67. Пракса и перспективе PR у Србији
68. Сајмови као начин промоције производа и предузећа
69. Интервју уживо у електронским медијима
70. Односи са запосленима као вид PR
71. Управљање односима с медијима (на конкретном примеру)
72. Оглашавање и PR (на примеру из једног издања домаћег гласила)
73. Лобирање – деловање на граници
74. Слика на радију: визибилност и визуелност
75. Слог: теорија и пракса
76. „Рибарење људским душама“ – од Библије до Ђуре Шушњића
77. Спиновање: теорија и пракса
78. Вербални аспекти огласних порука
79. Илустрација као елемент новинског огласа
80. Правни оквири оглашивачке делатности у Србији
81. Анализа политичких слогана на изборима у Србији маја 2012. (на примерима)
82. PR као двосмерна комуникација
83. Електронска комуникација и приватност
84. Анализа кодекса Друштва за односе с јавношћу Србије
85. Анализа заједничког кодекса новинарских удружења у Србији

86. Истраживачке технике за прикупљање информација
87. Односи са специјалним публикама
88. Глобални односи с јавношћу
89. Ефектна употреба језика у односима с јавношћу
90. Коришћење симбола у комуникацији с јавношћу
91. Трансфер имиџа и употреба познатих личности у комуникацији с јавношћу
92. Етичке смернице за политички коректне односе с јавношћу
93. Технички предуслови добре конференције за штампу
94. Корпорацијска друштвена одговорност у савременим условима
95. Односи с финансијском јавношћу
96. Непрофитне организације и односи с јавношћу
97. Припрема, промовисање и евалуација забавног догађаја
98. Публицитет спортског догађаја
99. Телеконференција
100. Однос власти и медија
101. Фотографија и односи с јавношћу