

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Назив предмета: УПРАВЉАЊЕ ОДНОСИМА С ЈАВНОШЋУ			
Наставник: проф. др Миливоје Павловић , проф. др Љиљана Манић			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: уписана друга година докторских студија			
<p>Циљ предмета је овладавање теоријама и моделима комуницирања с различитим циљним групама, продубљивање знања и стручности неопходних у процесима управљања односима с јавношћу као комуниколошке дисциплине. Упознавање са стратегијама и видовима организовања односа с јавношћу, идентификација и прецизније одређење циљне јавности, разврставање потенцијалних клијената у сродне групе и анализа заједничких својстава, утврђивање дистингвирних обележја са сродним делатностима (маркетинг, оглашавање, журнализам), жанровско уобличавање садржаја и њихово дистрибуирање референтним циљним групама.</p>			
<p>Исход предмета је теоријско-методолошка оспособљеност за самостална научна истраживања различитих аспеката масовног комуницирања, разумевање процеса и проблема који прате управљање односима с јавношћу у плуралистичком друштву, анализа етичке димнзије односа с јавношћу као комуниколошке и управљачке дисциплине, учешће у подели социјалне одговорности, овладавање начелима и алатима социјализације уместо манипулације, отклон од технолошких и медијских трикова у комуникационом процесу, упознавање и примена кодификованих професионалних одредби (кодекси новинара, оглашивача и менаџера за односе с јавношћу), унапређење различитих нивоа ефективне комуникације, итд.</p>			
<p>Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> (1) Корени, одређење и еволуција односа с јавношћу; (2) Појединац у односима с јавношћу; (3) Социјални, психолошки и естетски циљеви односа с јавношћу; (4) Масовна комуникација и масовна култура; (5) Убеђивање, манипулација и социјализација; (6) Дефинисање улоге истраживања у односима с јавношћу; (7) Препреке и стереотипи у односима с јавношћу; (8) Трендови креативних индустрија и односи с јавношћу; (9) Комуникација ризика и ситуацијска анализа; Односи с јавношћу у условима кризе; (10) Односи с јавношћу и нови медији; (11) Дефинисање циљаних јавности; (12) Односи с јавношћу непрофитних организација (13) Културно наслеђе и видови односа с јавношћу; (14) Оглашивачка индустрија и етика односа с јавношћу (15) Евалуација резултата комуникацијске акције; Студија случаја. <i>Практична настава</i> -</p>			
<p>Препоручена литература: 1) Павловић, М. и Алексић, М. (2011). <i>Односи с јавношћу</i>. Београд: Мегатренд универзитет. 2) Катлип, Сентер и Брум (2003). <i>Односи с јавношћу</i>. Загреб: Мате. 3) Вилкокс, Камерон, Олт, Ејџи (2006). <i>Односи с јавношћу</i>. Београд: Економски факултет. 4) Радојковић, М. и Милетић, М. (2006). <i>Комуницирање, медији и друштво</i>. Нови Сад: Стилос. 5) Тенч, Р. и Јеоманс, Л. (2010). <i>Откривање односа с јавношћу</i>. Загреб: ХУОЈ.</p>			
Број часова активне наставе:	(2 + 2) x 15	Теоријска настава:	2 x 15
		СИР:	2 x 15
<p>Методe извођења наставе Усмена предавања, дебате, индивидуални рад са студентима (праћење и помагање у студијском истраживачком раду).</p>			
<p>Оцена знања (максимални број поена 100) Активност у току предавања – 10, колоквијуми – 2 x 10, самостални истраживачки рад – 20, усмени испит – 50 поена.</p>			