

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Osnovi izdavačke produkcije

Kolegij: Izdavaštvo i izdavačka djelatnost

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

OIP

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

5

5. Status nastavnog predmeta:

Obavezni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

Ispunjene predispitne obaveze. Semestralni pregled rada OIP.

7. Ograničenja pristupa:

Studenti studijskog odsjeka Produkcija

8. Trajanje / semest(a)r(i):

1

7

9. Sedmični broj kontakt sati i ukupno studentsko radno opterećenje na predmetu:

	Semestar (1)	Semestar (2)	(za dvosemestralne predmete)	Opterećenje: (u satima)
9.1. Predavanja	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>		Nastava: <input type="text" value="45"/>
9.2. Auditorne vježbe	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>		Individualni rad: <input type="text" value="85"/>
9.3. Laboratorijske / praktične vježbe	<input type="text"/>	<input type="text"/>		Ukupno: <input type="text" value="130"/>

10. Fakultet:

Akademija dramskih umjetnosti

11. Odsjek / Studijski program :

Produkcija

12. Nosilac nastavnog programa:

dr.sci. Maja Dedić, red. prof.

13. Ciljevi nastavnog predmeta:

1. Cilj je osposobiti studenta za samostalan istraživački rad u području izdavačke produkcije
2. pokazati prednosti interdisciplinarnе orijentacije u donošenju kreativnih rješenja za prevazilaženje problema unutar organizacije oblikovnog procesa.

3. Razvijanje analitičkog i kritičkog razmišljanja u oblasti i ;
4. Razvijanje kreativnosti, inventivnosti, individualnosti u okviru studijske grupe;
5. Razvijanje sklonosti timskom radu u okviru studijske grupe;
6. Razvijanje interesa i spremnosti za cjeloživotno učenje i samostalan istraživački rad u području organizacione strukture izdavačke djelatnosti.
7. Orijentacija analitičkom promišljanju i djelovanju u sferi uredničke, marketinške, prodajne i distribucijske djelatnosti.
8. orijentacija u donošenju kreativnih rješenja za prevazilaženje problema unutar organizacije rada u izdavaštvu;
9. Razvijanje timske saradnje i kritičkog stava o vlastitom radu;
10. Razvijanje senzibilnosti za podizanje kvaliteta studija na viši nivo u skladu sa važećim međunarodnim standardima;
11. Razvijanje senzibilnosti za adekvatno povezivanje, nauke, prakse, eksperimenta;

14. Ishodi učenja:

Osvijestiti prednosti grupnog istraživačkog i kreativnog rada, unaprijediti sposobnosti saradnje, komunikacije i interakcije unutar tima. Kombinatorikom individualnog pristupa i razmjene uloga u toku timske saradnje i prezentacije. Razvijati samostalno kritičko mišljenje i želju za napredovanjem.

15. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Osnove izdavaštva i izdavačke djelatnosti

Kontekst savremenog izdavaštva

1. Društveni, politički, ekonomski i pravni kontekst savremenog izdavaštva.
2. Nacionalna i međunarodna razina.
3. Ciljevi i temeljni izdavački proizvodi. Upravljanje u izdavaštvu
4. Upravljanje u izdavaštvu kao tržišnom djelatnošću
5. Istraživanje tržišta
6. Izdavački plan
7. Finansijski plan
8. Planiranje i oblici saradnje
9. Dizajn u izdavačkoj djelatnosti
10. Marketinški plan. Uredništvo
11. Urednički poslovi.
12. Lanac izdavačke produkcije: od autora do kupca
13. Pronalaženje rukopisa i audio-video materijala
14. Obrada i priprema za izdavanje
15. Komunikacijske, pregovaračke i organizacione vještine. Organizacija izdavačke proizvodnje /produkcije (modul II)

Organizacione strukture u izdavačkim poslovima dizajna

16. Tehnički opis knjige
17. Praktični zahtjevi oblikovanja
18. Producerski zahtjevi oblikovanja
19. Estetski zahtjevi oblikovanja
20. Tehnike knjigotiska

Organizacione strukture u izdavačkim poslovima marketinga

21. Marketing mix
 22. Gerila marketing
 23. Horizont najave novih izdanja
- ##### Organizacione strukture u izdavačkim poslovima prodaje
24. Postupci unutar Izdavačkog preduzeća.
 25. Distribucija knjige
 26. Načini prodaje
 27. Put izdavačkog proizvoda Organizacija izdavačke proizvodnje /produkcije II.
 28. Tehnološke promjene u izdavaštvu
 29. Uticaj tehnoloških promjena na postupke i proizvode izdavačke industrije.

Sistematizacija i pregled rada

16. Metode učenja:

Nastavne metode:

1. Predavanja, i konsultacije.
2. Praktična nastava-vježbe.
3. Samostalni rad studenata.
4. Kontinuirana provjera znanja i umijeća.

Mentorski princip izvođenja:

Interaktivna nastava i umjetničko-nastavni proces na relaciji student-asistent-profesor.

Radi specifičnosti načina usvajanja umjetničkih vještina oblikovanja studentima u procesu istraživanja je potrebno stalno prisustvo profesora.

17. Objašnjenje o provjeri znanja:

- Semestralni pregled rada
- Vrednovanje predispitnih obaveza
- Pismeni semestralni završni ispit-pregled rada u optimalnim, profesionalnim uslovima.
- Semestralni popravni ispit

- semestralni pregled rada I (max 58%)
 1. Pristup predavanjima i vježbama (maks 10%)
 2. Aktivnost - marljivost na predavanjima i vježbama (max 12%)
 3. Seminarski rad (max 36%)

- semestralni završni ispit (max 42%)
 1. Pitanje 1 (max 14%)
 2. Pitanje 2 (max 14%)
 3. Pitanje 3 (max 14%)

- semestralni popravni ispiti I i II.

18. Težinski faktor provjere:

OBAVEZE STUDENATA	BODOVI
prisutnost na predavanjima i vježbama	16%
aktivnost studenta u nastavnom procesu	18%
kolokvij teorija i praktične vježbe	36%
završni ispit teorija i praktične vježbe	30%

Konačna ocjena se formira u odnosu na ukupan broj postignutih bodova tokom semestra, tj. predispitnih obaveza i samoga završnog ispita.

BODOVI	KONAČNA OCJENA
<53	pet (5); ne zadovoljava; F
54-63	šest (6); dovoljan; E
64-73	sedam (7); dobar; D
74-83	osam (8); vrlo dobar; C
84-93	devet (9); izvanredan; B
94-100	deset (10); odličan; A

19. Obavezna literatura:

1. Jean Baudrillard, J. Iznad istinitoga i neistinitoga, Beograd
2. Spahić, B. Dizajn-ekonomski, društveni, politički aspekti oblikovanja, Sarajevo
3. Dedić M. : Likovna produkcija vizuelnih komunikacija, Tuzla, Univerzitet, 2023.

20. Dopunska literatura:

21. Internet web reference:

22. U primjeni od akademske godine:

2024/25

23. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

25.06.2024