

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

OSNOVI PROMOCIJE I ODNOSA S JAVNOŠĆU

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

5

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

Poslovna ekonomija

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sc. Ermina Smajlović, vanr. prof

13. E-mail nastavnika:

ermina.mustafic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznavanje studenata sa osnovnim aspektima promocije i odnosa s javnošću.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj primjene promocije, kao i upoznavanje sa osnovnim principima odnosa sa javnošću.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Uloga i značaj promocije
- Određivanje ciljnih grupa promotivnih aktivnosti
- Utvrđivanje budžeta promocije
- Instrumenti promocije
- Pojmovno određivanje i značaj odnosa s javnošću
- Upravljanje odnosima s javnošću

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u dva termina sedmično i to je fakultativna ponuda studentima.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta (seminarski radovi, domaće zadaće, aktivnost na predavanjima i vježbama)

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Tri testa	(15+15+20=50)
Seminarski radovi	10
Aktivnosti-dolasci na predavanja i vježbe	5
Domaća zadaća	5
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

21. Osnovna literatura:

1. Ognjanov G, Integrisane marketing komunikacije, CID Ef. Beograd,2009.
2. Brkić N, Upravljanje marketing komuniciranjem, Ef. Sarajevo, Sarajevo, 2003.
3. S. M. Cutlip, A.H. Center, G.M. Broom, Učinkoviti odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2010.

22. Internet web reference:

--

23. U primjeni od akademske godine:

2017/2018

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

24.04.2017.
