

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Medijski menadžment

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

(max. 20 karaktera)

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

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

Nema posebnih preduslova za polaganje nastavnog predmeta.

7. Ograničenja pristupa:

Nema ograničenja.

8. Trajanje / semestar:

1

8

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

2

10. Fakultet:

Filozofski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Žurnalistika

12. Odgovorni nastavnik:

dr.sc.Vedada Baraković, van.prof.

13. E-mail nastavnika:

vedada.barakovic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ff.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Cilj predmeta je stjecanje znanja o upravljanju medijskim organizacijama. Proširivanjem znanja o funkcioniranju medijskih sistema u savremenom društvu studenti će ovladati vještinama planiranja, organiziranja, kontroliranja i evaluacije procesa i funkcija medijskih organizacija. Studenti će također ovladati tehnikama, metodama i vještinama upravljanja primjerenim specifičnim tipovima medija i različitih struktura medijskih organizacije.

16. Ishodi učenja:

Po okončanju kursa studenti će biti u stanju da:

- definira menadžment na svim nivoima strukturiranja
- usporedi menadžment u medijima sa menadžmentom u drugim tipovima organizacija
- razlikuje metode i tehnike upravljanja medijskim organizacijama s obzirom na tip, veličinu i vlasničku strukturu medija
- kreiraju plan za pokretanje ili restrukturiranje medijske organizacije
- kreiraju finansijski plan poslovanja medijske organizacije
- pripreme projekt za apliciranje za dodjelu sredstava iz različitih fondova.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Menadžment i mediji
- Teorija menadžmenta
- Medijske organizacije kao produkcijski sistemi
- Struktura medijskih organizacija
- Menadžment u printanim mediji
- Menadžment u elektronskim medijima
- Komercijalni i javni mediji
- Normativno-pravni okviri
- Javnost i ciljne javnosti
- Oglašivači i tržište
- Medijski menadžment i novi medijski trendovi
- Medijski menadžment i globalizacija
- Karakteristike BH medijskog menadžmenta
- Budućnost medijskog menadžmenta

18. Metode učenja:

Metode učenja koje će se koristiti u okviru kolegija odvijajuće se putem interaktivnih predavanja i praktičnih (laboratorijskih) vježbi, kao i putem pripreme individualnih i grupnih zadataka. Nastava će se izvoditi na službenim jezicima Bosne i Hercegovine. Studenti su obavezni prisustvovati na minimalno 80% predavanja/vježbi.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja u okviru kolegija vršiće se kontinuirano tokom cijelog semestra i na završnom ispitu.

Prisustvo i aktivnost na nastavi

Tokom semestra studenti će biti ocjenjivani za prisustvo i aktivno sudjelovanje u nastavi za šta će dobijati maksimalno 10 bodova. Za prisustvo i aktivno sudjelovanje te blagovremeno ispunjavanje obaveza na vježbama studenti će također biti vrednovani sa maksimalno 10 bodova.

Kolokviji

Tokom semestra studenti će imati dva kolokvija. Prvi kolokvij bit će održan na polovini semestra i sastojće se od testa od 15 pitanja. Svako pitanje bodovaće se sa jednim bodom pa će ukupan broj bodova za I kolokvij iznositi 15. Drugi kolokvij održat će se pred kraj semestra i također će se sastojati od testa sa 15 pitanja bodovanih sa po jednim bodom a ukupan broj bodova za II kolokvij iznosiće 15. Studenti po osnovu oba kolokvija mogu biti vrednovani sa maksimalno 30 bodova. Iznadprosječno aktivni studenti biće vrednovani sa dodatnih 5 bodova.

Završni ispit

Završni ispit je pismeni ispit koji se sastoji od testa sa 25 pitanja od kojih odgovor na svako pitanje nosi 2 boda a maksimalan broj ostvarenih bodova po osnovu završnog ispita je 50. Usmena provjera znanja biće organizovana za studente koji budu trebali dodatnu provjeru znanja. Da bi student položio ispit potrebno je da ostvari kumulativno 54 boda od čega minimalno 25 na završnom ispitu.

20. Težinski faktor provjere:

Ocjena na ispitu zasnovana je na ukupnom broju bodova koje student ostvari na predispitnim obavezama i na polaganju ispita. Maksimalan broj bodova je 100 i ostvaruje se prema slijedećoj skali:

Prisustvo na predavanjima	3 boda
Aktivnost na predavanjima	7 boda
Prisustvo na vježbama	3 bodova
Aktivnost na vježbama	7 bodova
I kolokvij	15 bodova
II kolokvij	15 bodova
Ukupno predispitne obaveze	50 bodova
Završni ispit	25 - 50 bodova

21. Osnovna literatura:

- Blend, M. i Mondezir, S. (1995) Promocija na radiju i televiziji, Clio, Beograd.
- Bogavac, S. (2000) Menadžment medija, FIM, Novi Sad.
- Mek Kvin, D. (2000) Televizija, Clio, Beograd, 2000.
- Pringle, P, Starr, M. i McCavitt, W. (2001): Menadžment elektronskih medija, Clio, Beograd.
- Stephan, M. (2005) Novinarstvo, izdanje Clio, Beograd.

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2015/2016

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

16.03.2015