

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

KORPORATIVNO KOMUNICIRANJE

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

2

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 2**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

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:

Steći znanja o upravljanju korporativnim komunikacijama u savremenim tržišnim uslovima.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju proces brend menadžmenta.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Korporativne komunikacije i pridobijanje stakeholdera
- Strateško upravljanje korporativnim komunikacijama
- Procesi strateškog korporativnog komuniciranja
- Korporativni identitet (koncept, struktura, funkcije)
- Korporativni imidž (koncept, teorijske osnove, struktura, funkcije)
- Koncept, struktura i kreiranje korporativne reputacije
- Istraživanje i mjerenje korporativnog identiteta, imidža i reputacije

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
Dva testa	(15+15=30)
Seminarski radovi	(20)
Ukupno predispitne obaveze	50
Završni	50
Ukupno	100

21. Osnovna literatura:

- Cees, Riel and Fombrun; Essential of corporate communication–Implementing practices for effective management, Routledge, 2007.
- Langford-Wood, N. and Salter B.; Critical Corporate Communication, a Best Practice Blueprint, Wiley & Sons, Eng 2002.

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

2016/2017.

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

24.02.2016