

## 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 korporativnog komuniciranja.

**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, 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.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja ukupno.

Konsultacije su organizovane u skladu s važećim aktima Univerziteta.

**19. Objasnjenje o provjeri znanja:**

Za svaki od predviđenih metoda provjere znanja student dobiva određen broj bodova i ukupna ocjena se izvodi kao kumulativ ostvarenih bodova po različitim aktivnostima studenata i to ocjena 6 (54-64); ocjena 7 (65-74); ocjena 8 (75-84); ocjena 9 (85-94) i ocjena 10 (95-100).

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:**

2019/2020

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

30.09.2019