

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Пословна економија		
Изборно подручје (модул)				
Врста и ниво студија		Докторске академске студије		
Назив предмета		Интегрисане комуникације		
Наставник (за предавања)		Самир Х. Љајић		
Наставник/сарадник (за вежбе)				
Наставник/сарадник (за ДОН)				
Број ЕСПБ	11	Статус предмета (обавезни/изборни)	изборни	
Услов	нема			
Циљ предмета	Упознавање студената са концептом интегрисаних комуникација, реализованим квантитативним и квалитативним истраживањима, постојећом литературом, моделима и праксом у овој области, као и обучавање студената за планирање, реализацију и контролу активности интегрисаних комуникација.			
Исход предмета	Унапређена знања и способности за креирање, реализацију и унапређење, активности интегрисане комуникације.			
Садржај предмета				
Теоријска настава	Развој теорије комуникације. Модел пословне комуникације. Концепт интегрисане комуникације. Истраживања за пословну комуникацију. Идентификација и класификација циљних јавности. Интегрисана маркетиншка комуникација. Односи с јавношћу. Корпоративни идентитет, имиџ и репутација. Интерна комуникација. Корпоративна комуникација. Комуникација са широм друштвеном заједницом као компонента интегрисане комуникације. Процес интегрисане комуникације. Етика и законска регулатива пословне комуникације. Вештине и технике пословне комуникације. Вербална комуникација. Невербална комуникација. Пословни бонтон. Анализа модела интегрисане комуникације. Симулација истраживања тржишта и јавног мњења у функцији формулисања одговарајућих стратегија комуникације према циљним јавностима. Идентификација и класификација циљних јавности – израда мапе стејкхолдера. Развој инструмената интегрисане комуникације. Израда плана интерне комуникације. Израда плана корпоративних комуникација. Поступак развоја процеса интегрисане комуникације. Нови медији и интегрисане комуникације.			
Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)	Анализе проблема истраживања, анализа примењених метода истраживања, израда студијског истраживачког рада, писање и објављивање рада у часопису.			
Препоручена литература				
1	Костић Станковић, М. (2011) Интегрисане пословне комуникације, Београд: ФОН.			
2	Костић-Станковић, М. (2013) Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима, Београд: Задужбина			
3	Blakeman, R. (2014) INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION 2ED: Creative Strategy from Idea to Implementation, Rowman & Littlefield Publishers			
4				
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
4				2
Методе извођења наставе	Предавања наставника, активно учешће студената у дискусијама, презентирање индивидуалних истраживања.			
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	10	писмени испит		
практична настава		усмени испит		50
колоквијуми				
Пројектни задатак	40			