

Šifra predmeta: MAR506		Naziv predmeta: MEDIJI U MARKETINGU	
Nivo: II ciklus studija		Godina: II	Semestar: III
Status: izborni		Broj ECTS kredita: 6	
		Ukupan broj sati: 30	
1. CILJ PREDMETA		Cilj ovog predmeta je sagledavanje uloge i važnosti pojedinih vrsta medija u komunikacijskom miksu organizacije. Mediji se izučavaju sa aspekta oglašavanja i odnosa s javnošću. Posebna pažnja se posvećuje savremenom poslovnom kontekstu i pojavi novih vrsta medija koji su rezultat razvoja digitalnih, multimedijalnih i mrežnih tehnologija. Osim teoretskih znanja studenti će unaprijediti praktična znanja i vještine kroz analizu slučajeva iz prakse, diskusije i radionice i samostalna istraživanja.	
1.1. Osnovne tematske jedinice		1. Vrste medija i njihove uloge 2. Posao novinara i urednika 3. Uloga medija u oglašavanju 4. Zakup i planiranje medija 5. Uloga medija u odnosima s javnošću 6. Specifičnosti print medija 7. Specifičnosti elektronskih medija 8. Konvergencija tradicionalnih medija 9. Novi mediji i nove tehnologije 10. Osobine i vrste novih medija 11. Cyber-prostor i cyber-kultura 12. Online i digitalni mediji 13. Mreže i zajednice 14. Globalna ekonomija znanja	
1.2. Rezultati učenja		Studenti će nakon završetka ovog kursa moći: 1. Kritički sagledati važnost i uticaj pojedinih vrsta medija u komunikacijskom miksu organizacije i 2. Primjeniti nova znanja u razvoju efikasne komunikacijske strategije organizacije.	
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
		Opis aktivnosti	(%)
2.1. Način izvođenja nastave		1. ex katedra 2. analiza slučajeva 3. diskusija i radionice 4. projekti 5. gosti predavači	1. 20% 2. 30% 3. 20% 4. 20% 5. 10%
		Učešće u ocjeni	(%)
2.2. Sistem ocjenjivanja		1. test/provjera znanja 2. studije slučaja 3. projekat i pristupni rad 4. individualne aktivnosti	1. 40% 2. 30% 3. 20% 4. 10%
3. LITERATURA		1. Flew, T. (2002): New Media: An Introduction, Oxford University Press 2. Henderson, D. (2006): Making News, iUniverse, SAD, 3. Jenkins, H. (2006): Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, New York University Press 4. Lister, M., Dovey, J., Giddins, S., Grant, I., Kelly, K. (2003): New Media: A Critical Introduction, Routledge 5. Manovich, L. (2001): The Language of New Media, Massachussetts Institute of Technology 6. Mathews, W.K. (2002): Effective Media Relations, Intl Assn of Business, 2nd edition 7. Dodatni materijali, članci i slučajevi koji će biti distribuirani putem web-stranice predmeta	