

Студијски програм: Производно инжењерство			
Назив предмета: Корпоративне комуникације и односи са јавношћу			
Наставник: Проф. др Драгана Бјекић, др Ивана Крсмановић, професор СС			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: без услова			
Циљ предмета			
Циљ предмета је стицање знања из области екстерне корпоративне комуникације и односа са јавношћу у савременом пословном окружењу, са посебним освртом на друштвене мреже и интернет ПР, као и вештине презентације фирми у пословном или инжењерском систему.			
Исход предмета			
Оспособљавање студената да разумеју важност и суштину свих облика и врста екстерног пословног комуницирања, методама и техникама иступања у јавности и реагују на кризне и протоколарне ситуације.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Појам и дефиниције интерне и екстерне комуникације; Корпоративна култура и креирање корпоративног имица и репутације; Изградња друштвено одговорне пословне праксе, Мисија и визија фирме, Слоган, Интернер презентација, Визит карта; Корпоративна иступања у јавности и односи са јавношћу (прес конференције, презентације, сајамска представљања).			
Друштвене мреже и интернет ПР (вебсајт промоције, мултимедија); Пропаганда и рекламирање као корпоративни сегменти ПР кампања; Планирање и вођење кампања на друштвеним мрежама, Дигиталне корпоративне комуникације, Корпоративни микс; Планирање и умрежавање ПР активности, Тржишни ПР, Развој инструмената корпоративних комуникација - Спонзорство; Лобирање; Специјални ивенти; Саопштење за новинаре; Press clippings; Интегрисана корпоративна комуникација, Категоризација јавности и циљне групе (демографски, психографски, бихејвиорално); Односи са јавношћу у кризним ситуацијама; Публицитет; Предрасуде, Деманти, Гласине, Разбијање стереотипа; Протоколарни, спортски, културни догађаји, Outsourcing; Анализа и планирање.			
Практична настава			
Демонстрација успешних и мање успешних ПР и маркетиншких кампања путем видео пројекција, презентација, TED talk конференција уз дебате, анализе случаја, дискусије, комуниколошке вежбе			
Литература			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Чковрић В.: <i>Пословна комуникологија</i>, Виша техничка школа, Чачак, 2007. 2. Косановић Силвана, <i>Business Communication for All</i>, Велеучилиште Сплит, 2001. 3. Крсмановић. И, Ристовић М. "Квалитет комуникације између васпитно-образовне установе и корисника услуга," <i>Техника и пракса</i>, бр. 20, 2018, стр.213-221. 4. Ј. Костић, <i>Комуникологија са пословном комуникацијом</i>, Висока електротехничка школа Београд, 2011. 5. В. Ничић, <i>Пословне комуникације</i>, Висока струковна школа за предузетнике, Београд, 2009. 6. С. Нешковић, <i>Пословне комуникације</i>, Висока техничка школа струковних студија Нови Сад, 2015. 7. Р. Kotler & К. Keller: <i>Marketing menadžment</i>, Data status, Beograd, 2006. 8. Д. Лалић & Т.Властелица: <i>Корпоративне комуникације за пример</i>, ФОН Београд, ФТН Нови Сад, 2011. 			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 3	Практична настава: 3
Методе извођења наставе			
<ul style="list-style-type: none"> - еkleктичка метода, <i>blended learning, project-based learning</i>, онлајн ресурси, е-књиге - Комуниколошке вежбе, дискусије, видео презентације, дебате, игра улога, анализа студија случаја, говорне вежбе 			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена (мин.30):	Завршни испит	Поена (макс. 70):
Присуство и активности на предавањима	10	усмени испит	30
Комуникационе вежбе	10		
Семинарски рад	50		