

Fakultet dramskih umjetnosti / PRODUKCIJA / PRODUKCIJA U SAVREMENIM AUDIOVIZUELNIM MEDIJAMA III

Uslovljenost drugim predmetima	Nema
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje sa produkcionim aspektima marketinga i menadžmenta medija
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Vuk Vuković
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminarski radovi, konsultacije, seminarski i projektni rad....
I nedjelja, pred.	Osnovne funkcije marketinga i PR-a
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	Posebnosti marketinga i PR-a u medijima: organizacija, tehnike i metode
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	Tržište medija i politika cijena
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Marketinška istraživanja, istraživanja slušanosti i gledanosti
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	Promocija i marketing elektronskih medija
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	Mediji i proizvodnja događaja (event management)
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	Kolokvijum
VII nedjelja, vježbe	
VIII nedjelja, pred.	Osnovi menadžmenta - funkcije, nivoi, uloge
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	Specifičnosti menadžmenta medija
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Menadžment programa medija
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Kadrovski menadžment medija
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Odjeljenje prodaje programa i finansijski menadžment medija
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Izrada elaborata hipotetičkog medija 1
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	Izrada elaborata hipotetičkog medija 2
XIV nedjelja, vježbe	
XV nedjelja, pred.	Prezentacija radova
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da redovno pohađaju nastavu i vježbe, aktivno učestvuju u razgovoru i dijalogu, blagovremeno pripreme i predaju teorijske i praktične radove.
Konsultacije	
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	Vuk Vuković: Društveni mediji i upravljanje komunikacijama; FDU, Cetinje, 2019; Ana Martinoli, Strategije programiranja komercijalnog radija: kako se pravi dobar radio, FDU-Samizdat B92, Beograd, 2015; Norman Medoff and Barbara Kaye, Electronic Media: Then, Now and Later; Focal Press,

	Burlington, 2011; Alan Albarran, Sylvia M. Chan-Olmsted, Michael O. Wirth (ed), Handbook of Media Management and Economics; Lawrence Erlbaum Associates, London, 2006; Suzan Tajler Istman, Daglas A. Ferguson, Robert A. Klajn (pr.), Promocija i marketing elektronskih medija, Clio, Beograd, 2004; Sebastijan Nouks et al, Upravljanje projektima, Clio, Beograd, 2005; Nikola Maričić, Menadžment radija, RTS, 2007;
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Aktivnost u toku nastave 20 bod; Radovi 30 bod; Završni ispit 50bod
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon položenog ispita iz predmeta Produkcija u savremenim audiovizuelnim medijima III, studenti i studentkinje će biti osposobljeni da: definišu osnovne funkcije, metode i tehnike marketinga i PR-a, kao i njihove posebnosti u medijima; analiziraju tržište medija i uspostave politiku cijena; vladaju metodologijom marketinških i medijskih istraživanja; kreativno i operativno organizuju produkciju događaja čiji je organizator medij; obrazlože specifičnosti menadžmenta medija; izrade programski i organizacioni elaborat medija