

Fakultet dramskih umjetnosti / Dramaturgija / DRAMATURGIJA U MARKETINGU I

Naziv predmeta:	DRAMATURGIJA U MARKETINGU I			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
7590				
Studijski programi za koje se organizuje	Dramaturgija			
Uslovljenost drugim predmetima	Nije uslovljen drugim predmetima.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj predmeta u okviru studijskog programa je da studenti upoznaju osnove dramaturgije u marketingu, odnosno advertajzinga kao kreativnog, stvaralačkog i umjetnočkog dijela marketinga, kao i savladanje vještine kopivrajtinga.			
Ishodi učenja	Nakon položenog ispita iz predmeta Dramaturgija u marketingu I, studenti i studentkinje će biti osposobljeni da: • Razumiju ulogu propagande, • Ovladaju osnovnim marketinškim pojmovima, • Identifikuju i analiziraju oblike marketinške kampanje iz dramaturškog ugla			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Sandra Vujović			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminarski radovi, konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Marketing i advertajzing – uloga propagande (osnovni pojmovi, razvoj, vrste marketinga)			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Značaj i vrste komunikacije – atl, btl, pr, event, content marketing, viral, gerila, word of mouth			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Advertising agencije, posao Copywriter-a (istorijat, način funkcionisanja, struktura, pravila, tržište			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Robne marke, trgovačke marke, Brend – projekcija dokumentaraca »No Logo« i autorke Naomi Klein			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Robne marke, trgovačke marke, Brand – projekcija dokumentarca »Dokrrina šoka« autorke N.Klein			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Navike potrošača – potrošačko društvo, ciljna grupa demografska struktura, klasifikacija, prepoznavanje			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Analiza tržišta, pozicioniranje brenda na tržištu, strateško planiranje			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Ključne poruke. Copy: Hedlajn, Slogan, Brendline, Body-copy			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Print mediji – novinski oglas, plakat, bilbord, city light, liflet / flajer / letak			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Radio spot i radio maska			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Namjenski film			
XI nedjelja, vježbe				
XII nedjelja, pred.	kolokvijum			
XII nedjelja, vježbe				
XIII nedjelja, pred.	TV spot i TV maska (bumper), TV markica, TV insertacija			
XIII nedjelja, vježbe				

XIV nedjelja, pred.	Direktna pošta, marketing »1 na 1«					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	On-line oglašavanje, advergaming Vrste kampanja: brend imidž, prodajne kampanje, kampanje za podizanje svijesti, viralne kampanje, političke kampanje					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno 4 kredita x 40/30 = 5 sati i 20 minuta Struktura: 2 sati predavanja 0 sati vježbi 3 sati i 20 minuta individualnog rada studenta (priprema za laboratorijske vježbe, za kolokvijume, izrada domaćih zadataka) uključujući i konsultacije					
Nedjeljno	U toku semestra					
kredita x 40/30=0 sati i 0 minuta 0 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 0 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije		Nastava i završni ispit: 0 sati i 0 minuta x 16 =0 sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 0 sati i 0 minuta x 2 =0 sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: x 30=0 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 0 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 0 sati i 0 minuta (nastava), 0 sati i 0 minuta (priprema), 0 sati i 0 minuta (dopunski rad)				
Obaveze studenta u toku nastave		U semestru Nastava i završni ispit: (5 sati i 20 minuta) x 16 = 85 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 2 x (5 sati i 20 minuta) = 10 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 4 x 30 = 120 sa				
Konsultacije						
Literatura		Wally Olins „On Brand“, Thames and Hudson (2005)/ Voli Olins, „O brendu“, Profil (2004) Naomi Klein, „No Logo“, Knopf Canada, Picador (1999) / Naomi Klajn „Ne logo“, Samizdat B92 (2003) Brojni sajtovi				
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje		Predispitne obaveze do 70 poena: do 30 poena aktivnost na času, do 30 poena pripreme vežbi i pisanje radova, do 10 poena redovno pohađanje nastave Ispitne obaveze do 30 poena: osmišljavanje svih kreativnih rešenja u reklamnoj kampanji. Za prelaznu ocenu				
Posebne naznake za predmet		Tokom predavanja i izrade vežbi neophodni su neomateni pristup internetu i tabla				
Napomena						
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena