

		УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ Филозофски факултет						
		Студијски програм: Новинарство и односи с јавношћу						
		I циклус студија		IV година студија				
Пун назив предмета		ДИГИТАЛНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ И ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ						
Катедра		Новинарство и политикологија - Филозофски факултет						
Шифра предмета			Статус предмета		Семестар		ECTS	
НОСЈ 8-5			Обавезни		VIII		4	
Наставник		Доц. др Вук Вучетић, доцент						
Сарадник		Александра Мандић, мр, виши асистент						
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)			Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)			Коефицијент студентског оптерећења S ₀		
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S ₀		
2	2		36,6 h	36,6 h		1,22		
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) W= 60 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) T= 73,2h					
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): U _{opt} = 133,2 h								
Исходи учења		1. Разумијевање стратегија за побољшање присутности бренда на мрежи 2. Утврђивање разлика између дигиталних односа с јавношћу и онлајн маркетинга 3. Савладавање дигиталних комуникационих стратегија 4. Разумијевање специфичности пословног профилисања на мрежи						
Условљеност		Нема условљености						
Наставне методе		Предавања, аудиторне вјежбе, практични рад						
Садржај предмета по седмицама		1. Дигитални односи с јавношћу 3. Односи с јавношћу и дигитални маркетинг 4. Традиционални наспрот дигиталних односа с јавношћу 5. Дигитални брендинг 6. Алати у дигиталним односима с јавношћу						

	7. Истраживање јавног мњења у дигиталним односима с јавношћу 8. Креирање циљних група у дигиталним односима с јавношћу 9. Дигиталне комуникационе стратегије 10. Врсте онлајн промоције 11. Односи с јавношћу путем друштвених мрежа 12. Интегрисане дигиталне комуникације 13. ПЕСО модел 14. Онлајн пословно профилисање 15. Ризици дигиталних односа с јавношћу			
Обавезна литература				
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)	
Куртић, Н.	Односи с јавношћу, Сарајево: University Press	2016.		
Whatmough, D.	Digital PR, Bingley: Emerald Group Publishing	2018.		
Флечер, К.	Управљање маркетингом и информациона технологија, Београд: Клио	2003.		
Допунска литература				
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)	
Marchant, C, Nicholson, L., Cameron-Kitchen, T.	The Ultimate Guide To Content Marketing & Digital PR, CreateSpace Independent Publishing Platform	2016.		
Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање	Врста евалуације рада студента		Бодови	Проценат
	Предиспитне обавезе			
	присуство предавањима/ вјежбама		10	10%
	практични рад		20	20%
	колоквијум		20	20%
	Завршни испит			
	завршни испит (усмени/ писмени)		50	50%
УКУПНО		100	100 %	
Датум овјере				