

УНИВЕРЗИТЕТ ПРИВРЕДНА АКАДЕМИЈА У НОВОМ САДУ



ИЗВОД ИЗ КЊИГЕ СТАНДАРДА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА **ОАС КРЕАТИВНИ МАРКЕТИНГ**



Структура студијског програма

Основне академске студије Креативни маркетинг су интердисциплинарне студије и припадају пољу уметности и друштвено-хуманистичким наукама. Студије трају четири године, односно осам семестара, и носе укупно 240 бодова. Сваки семестар обухвата 15 недеља активне наставе.

ОАС Креативни маркетинг могу уписати кандидати који су стекли диплому четворогодишње средње школе.

Наставни процес одвија се кроз спој практичне и теоријске наставе, која подразумева историјску и теоријску подлогу у уметности, као и практичну примену знања. Кроз алате стваралаштва, студенти свеобухватно упознају појмове, облике и начине примене креативности кроз уметничко организовање и стварање. Кроз наставу студенти се упознају са различитим дисциплинама уметности и медија, упознају и анализирају појмове и феномене и своје знање реализују и непосредно примењују на друштво у целини.

Студијски програм Креативни маркетинг обухвата следеће области:

- **Маркетинг:** Ова област проучава различите методе и тактике којима се производи и услуге пласирају на тржиште. Укључује основе маркетинга, маркетинг истраживање и аналитику, дигитални маркетинг, онлајн-оглашавање и *SEO*, медијско оглашавање, интегрално управљање кампањама, интегрисане маркетинг комуникације и менаџмент продаје у креативним индустријама.
- **Дизајн и визуелна комуникација:** Овај сегмент програма фокусира се на историју и теорију дизајна, као и на различите аспекте визуелне комуникације. Укључује елементе као што су основе дизајна, дигитална фотографија, креирање визуелног идентитета, веб-дизајн, сценска продукција и *desktop publishing*.
- **Комуникологија и медији:** Ова област укључује проучавање медија, медијске аналитике, односе с јавношћу, јавни и медијски наступ и маркетинг на друштвеним медијима.
- **Креативност и вођење:** Ова област обухвата предмете који су дизајнирани да подстакну креативност и развију вештине вођења. Ово укључује креативно писање, креативно мишљење и стратегије, вођење креативног процеса, арт-дирекцију и агилно управљање пројектима.
- **Пословна администрација и менаџмент:** Ова област обухвата теме које су усмерене на разумевање пословања и управљање њиме. Укључује менаџмент, менаџмент догађаја, *employer branding*, бренд менаџмент, предузетништво, финансије у креативним индустријама и *CRM*.
- **Правне студије:** Обухвата основе пословног и ауторског права.
- **Информационе технологије:** Фокусирају се на дигиталне аспекте маркетинга и дизајна, укључујући дигиталне иновације и трансформације, векторску графику, вештачку интелигенцију, динамичне веб-сајтове, *UX* веб-дизајн, веб-аналитику и електронско пословање.
- **Страни језици:** Програм укључује учење пословног енглеског језика.

- Психологија: Психологија потрошача је битан део програма, јер се проучавају понашања и мотивације потрошача.
- Стручна пракса: Студенти добијају практично искуство кроз стручну праксу.

Ове области заједно чине читаву област деловања.

Оптерећење студената при савладавању сваког предмета исказано је у складу са европским системом преноса бодова (60 по школској години). Полагањем обавезних и изборних предмета и израдом завршног рада студент је у обавези да сакупи 240 ЕСПБ бодова и тиме стиче звање у области за коју се определио. Као такве, ОАС Креативни маркетинг омогућава покретљивост и проходност студената у складу са начелима Болоњског процеса.

Сви предмети су једносеместрални, а настава је редовна и изводи се према наставном календару за текућу школску годину.

Сврха студијског програма

Студијски програм има јасно дефинисану сврху и улогу у образовном систему, доступну јавности.

Циљ студијског програма ОАС Креативни маркетинг је да образује студенте за јединствена и јасно дефинисана занимања у области маркетинга. Основна сврха је стицање друштвено значајних и корисних компетенција које подржавају истакнуте циљеве наше високошколске установе.

- Конкретно, програм је развијен да обучи студенте за аналитичко и креативно ангажовање у оквиру креативних индустрија, са акцентом на маркетингу. Наша сврха је да студентима пружимо образовање које их припрема за препознавање и примену креативних маркетиншких стратегија.
- Наш студијски програм усаглашен је са основним циљевима наше високошколске установе, те пружа студентима вештине и знања који ће им бити потребни за успешну каријеру у области креативног маркетинга, али и за даље академско образовање, на пример за мастер студије.
- Наша мисија је јасно формулисана: створити стручњаке способне за разумевање и анализу друштвених система у којима раде, способне да препознају и испуне свој потенцијал кроз креативне маркетиншке стратегије. Студентима нудимо образовање које омогућава смислен, креативан и аналитички приступ креативним индустријама и маркетингу, једнако снажан у теорији колико и у пракси.

Студенти развијају своју креативност, попуњавају знања из области културе, уметности и друштвеног контекста, те постају самосвесни и независни критичари и креатори маркетиншких стратегија.

Сврха ОАС Креативни маркетинг је и подстицање студената да самоиницијативно истражују прилике за креативно деловање у области маркетинга, користећи своје стечено знање и вештине у примени креативности у друштвеном систему. Један од кључних циљева програма је унапређивање стандарда на тржишту креативних индустрија, те испомоћ у промени савремене парадигме и интеграцији креативности у сваки елемент друштва.

Сваки елемент програма је дизајниран да студентима пружи свеобухватна знања из различитих области, укључујући дизајн, психологију потрошача, дигитални маркетинг и менаџмент. Ово им омогућава да разумеју и контролишу цео процес креирања, дистрибуције и коришћења медијских и креативних садржаја у маркетиншким кампањама, као и стварање и управљање брендovima.

Коначно, сврха ОАС Креативни маркетинг је постепено и континуирано унапређивање образовних и других активности, као што су стручна пракса, учешће у семинарима и конференцијама и рад на пројектима. Наша је намера да студенти постепено и конзистентно развијају своје вештине и компетенције, те да их спремимо за успешну каријеру у области креативног маркетинга.

Циљеви студијског програма

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг има јасно дефинисане циљеве.

Општи циљеви студијског програма ОАС Креативни маркетинг јесу упућивање и оспособљавање студената за самостално креирање идеје, садржаја, израду пројеката, реализацију, организацију, дистрибуцију, пласирање, јавну и медијску одбрану дела у оквиру креативног маркетинга.

Циљеви студијског програма Креативни маркетинг могу се дефинисати кроз следеће описе:

- Обучавање студената за креативно и аналитичко размишљање у области маркетинга: Овај циљ је фокусиран на развијање способности студената да мисле критички и креативно о маркетиншким стратегијама и техникама. Он укључује понављање и анализу постојећих маркетиншких кампања, као и стварање и тестирање нових идеја. Овај циљ је од виталног значаја за било кога ко ради у области маркетинга, јер је способност да се прилагоди и иновира кључна за успех у овој индустрији.
- Развијање вештина у области дизајна, дигиталног маркетинга, комуникација и менаџмента: Овај циљ је усмерен на опремање студената вештинама које су неопходне за креирање и пласирање ефикасних маркетиншких кампања. Он подразумева детаљно разумевање дизајнерских принципа, дигиталних маркетиншких алата и платформи, ефективне комуникације и менаџмента пројекта.
- Подстицање самосталног рада и критичког мишљења.

- Обучавање студената за ефикасно коришћење различитих дигиталних алата и платформи: Данас је дигитални маркетинг неопходан аспект маркетинга. Овај циљ је уперен на обучавање студената да ефикасно користе различите дигиталне алате и платформе које су на располагању, као што су друштвени медији, *SEO*, имејл-маркетинг и друге дигиталне платформе за оглашавање.
- Обучавање студената за разумевање и примену принципа брендирања и управљања брендovima: Брендирање је есенцијални аспект маркетинга и овај циљ је усмерен на обучавање студената да разумеју и примене основе брендирања, као и да управљају брендovima на ефикасан начин.
- Припрема студената за менаџмент продаје и *CRM*: Овај циљ је фокусиран на обучавање студената за управљање продајним процесима, као и за коришћење система за управљање односима са купцима (*CRM*) на најефикаснији могући начин.
- Обучавање студената за разумевање и примену принципа односа с јавношћу и корпоративног комуникационог процеса: Овај циљ подразумева да студенти стекну способност да ефективно комуницирају и изграде позитивне односе с јавношћу и различитим заинтересованим странама.
- Подстицање учења и развоја кроз практично искуство и реалне пројекте: Кроз студије и стручну праксу, циљ је да се студенти подстакну на примену наученог у оквиру реалних пројеката и ситуација, што би им омогућило да стекну вредно искуство и да се припреме за успешну каријеру у области креативног маркетинга.

Циљ студијског програма основних академских студија (ОАС) Креативни маркетинг је развије компетентне, иновативне и предузимљиве професионалце у области маркетинга.

Циљеви нашег програма укључују и:

- развој академских и професионалних вештина у области креативног маркетинга, укључујући способност примене теоријских концепата на практичне сценарије;
- развој способности критичког мишљења и решавања проблема, како би наши студенти били у стању да се ефикасно суочавају са изазовима у свету креативног маркетинга;
- усаглашеност са основним задацима и циљевима наше високошколске установе, који обухватају пружање квалитетног образовања и подстицање иновација и преузимање иницијативе;
- циљеви програма су усклађени са тренутним и будућим потребама тржишта рада како би наши студенти били у стању да направе директан утицај на своје послодавце и стекну значајне практичне вештине које су им потребне за успех у области креативног маркетинга.

Компетенције дипломираних студената студијског програма

Савладавањем студијског програма студент стиче опште и предметно-специфичне способности које су у функцији квалитетног обављања стручне, научне и уметничке делатности.

Студенти који заврше основне академске студије Креативни маркетинг стичу компетенције које им омогућавају да:

- разумеју и примене основне и напредне концепте маркетинга, укључујући маркетиншка истраживања и аналитику;
- планирају и имплементирају дигиталне маркетиншке кампање користећи различите дигиталне платформе;
- дизајнирају и развијају бренд идентитет, укључујући визуелне идентитете и корпоративни брендинг;
- ефективно комуницирају и разумеју медије, као и да анализирају медијске садржаје;
- разумеју психологију потрошача и примене ово знање у развоју маркетиншких стратегија;
- управљају пројектима користећи агилне методологије управљања;
- примене вештачку интелигенцију и машинско учење у маркетиншким стратегијама и операцијама;
- развијају и управљају садржајем за различите медије и платформе;
- врше финансијско планирање и управљање у креативним индустријама;
- изграђују и одржавају односе са купцима, користећи алате и стратегије за унапређење искуства купаца;
- креативно размишљају и развијају иновативна решења за маркетиншке изазове;
- разумеју основе пословног и ауторског права, као и етичке стандарде у креативним индустријама.

Ове компетенције омогућавају дипломцима да се успешно позиционирају и остваре у различитим областима креативних индустрија – од маркетинг агенција до дигиталних медија и предузетништва, те да буду спремни да одговоре на изазове и потребе савременог тржишта.

Изборни предмети у оквиру студијског програма Креативни маркетинг значајно доприносе проширењу и усмеравању компетенција које студенти стичу. Сваки изборни блок омогућава студентима да развију специфичне вештине и знања који одговарају њиховим интересовањима и каријерним циљевима. Ево како различити изборни блокови утичу на компетенције студената:

- Графика битмапе и Дигиталне иновације и трансформације: Студенти развијају способност рада са дигиталном графиком и примене иновативних технологија у дизајну и маркетингу.
- Векторска графика и Примена вештачке интелигенције у пословању: Ово знање омогућава студентима да се специјализују за креирање висококвалитетних

графичких решења и разумевање примене вештачке интелигенције у маркетиншким стратегијама.

- Просторна графика и комуникације и Маркетинг на друштвеним медијима: Студенти стичу вештине потребне за развој и имплементацију маркетиншких стратегија на друштвеним медијима, укључујући и просторно-визуелно представљање.
- Сценска продукција и *UX* веб-дизајн: Овај блок студентима пружа знања о стварању ефективних и кориснички оријентисаних веб-сајтова, као и разумевање сценске продукције и њеног утицаја на публику.
- Односи с јавношћу и Веб-аналитика: Студенти уче како да анализирају податке са веба за унапређење маркетиншких кампања и развијају стратегије за ефикасну комуникацију са јавношћу.
- Јавни и медијски наступ и Видео-постпродукција: Омогућава студентима да стекну вештине за професионални наступ у медијима и технике постпродукције видео-садржаја.
- Десктоп издаваштво и Пословна етика и одрживост: Студенти уче о принципима дизајна у издаваштву и значају етике и одрживости у пословању.
- Портфолио и Електронско пословање: Овај блок помаже студентима да се припреме за представљање својих радова потенцијалним послодавцима и клијентима, као и да разумеју основе електронског пословања.

Изборни предмети тако студентима омогућавају да дубље истраже специфичне аспекте креативног маркетинга и развију комплексне вештине које ће их учинити конкурентним на тржишту рада.

Исходи учења за дипломиране студенте су у складу са дескрипторима исхода учења националног оквира квалификација. Ово значи да су они компетентни да обављају задатке и решавају проблеме у својој области са професионалним усавршавањем и непрекидним развојем вештина и знања.

Студенти ће развити способност да образложе и објасне своје решење проблема, да учествују у тимском раду и да се адаптирају на различите радне околности у оквиру креативног маркетинга. Биће способни да анализирају и интерпретирају податке и информације, да примене савремене технологије и софтверске алате у области креативног маркетинга, те да користе језик струке.

Курикулум студијског програма садржи листу и структуру обавезних и изборних предмета и модула, као и њихов опис. Курикулум студијског програма Креативни маркетинг креиран је са циљем да студентима омогући стицање образовања и вештина који су неопходни за успешно обављање посла у области креативног маркетинга.

Постоји пет типова предмета на овом студијском програму:

- НС (Научностручни): Предмети који су усмерени на развој научних и стручних вештина и знања релевантних за област креативног маркетинга. Примери ових предмета су Маркетинг и *Desktop publishing*.
- ТУ (Теоријско-уметнички): Предмети који комбинују теоријска знања са уметничким аспектима. Примери ових предмета су Историја и теорија савременог дизајна и Креативно мишљење и стратегије.
- АО (Академско-образовни): Предмети који пружају академска и општа знања која могу бити корисна у различитим областима. Примери ових предмета су Комуникологија и Пословни енглески.
- УМ (Уметнички): Предмети који су усмерени на развој уметничких вештина и креативности. Примери ових предмета су Креативно писање и Арт-дирекција.
- СА (Стручно-апликативни): Предмети који су усмерени на практичну примену знања и вештина. Примери ових предмета су Дигитални маркетинг и Менаџмент продаје у креативним индустријама.

Сваки предмет има своју сврху и доприноси укупном развоју компетенција које су потребне за успешну каријеру у области креативног маркетинга. Изборност и различити типови предмета омогућавају студентима да прилагоде своје образовање својим специфичним интересовањима и циљевима.

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг обухвата предмете који се деле на:

1) обавезне предмете,

2) изборне предмете.

Изборност предмета је принцип који омогућава студентима да изаберу одређене предмете у оквиру свог студијског програма. Изборни предмети су често дизајнирани тако да студентима пруже додатна знања и вештине који су повезани са главним фокусом студијског програма, али могу пружити знања и из шире области, помажући студентима да развију холистички приступ свом образовању.

Студенти имају прилику да бирају између различитих изборних предмета. Ови изборни предмети доприносе развоју додатних вештина и знања који су релевантни за индустрију креативног маркетинга.

Сваку годину сачињавају једносеместрални предмети подељени на обавезне и изборне. Заступљени су следећи удели група предмета и следећи степени изборности:

Укупан број кредита: 240,00

- Академско-општеобразовни – укупно кредита по типу: 31,00, проценат: 12,92%
- Научно-стручни – укупно кредита по типу: 8,00, проценат: 3,33%
- Стручно-апликативни – укупно кредита по типу: 79,50, проценат: 33,12%
- Теоријско-методолошки – укупно кредита по типу: 39,00, проценат: 16,25%
- Теоријско-уметнички – укупно кредита по типу: 8,50, проценат: 28,54%
- Уметнички – укупно кредита по типу: 14,00, проценат: 5,83%

Степен изборности: 22,08%

Квалитет, савременост и међународна усаглашеност студијског програма

Основне академске студије Креативни маркетинг упоредиве су са светским, а посебно са европским образовним програмима. Студије нуде најновија теоријско-практична сазнања која се стичу у групном контексту. Студенти обликују сопствени профил помоћу значајног степена изборности, док им практични задаци пружају могућност да се благовремено укључе у начине рада и токове тржишта. У погледу услова уписа, трајања студија, услова преласка у наредну годину, начина студирања и стицања дипломе, студије су усаглашене са европским стандардима.

Програм ОАС Креативни маркетинг конципиран је тако да пружи основна знања студентима, упуту их у алате и начине рада и створи подлогу за даљу надоградњу и школовање.

Главна обележје овог студијског програма је савременост. Пратећи нове токове и трендове, потражњу на тржишту и потребу за појединцем који уме да мултитаскује, ОАС Креативни маркетинг кроз теоријску потпору, практичне примере и праксу студенте упознаје са радом на терену, на конкретном пројекту, у различитим условима и околностима. Користећи савремене технологије у образовању и идући у корак са временом, студенти се оспособљавају да своје знање касније примене у било којој, а пре свега европској развијеној земљи.

Наставу на студијском програму реализују наставници и сарадници са провереним уметничким, научним и стручним квалификацијама у савремено опремљеним кабинетима. У том смислу перманентно се врши усклађивање садржаја предмета са најновијим научним и стручним достигнућима у области заступљених уметничких и научних области и ужих научних области. Остваривањем добре сарадње са културним институцијама и организацијама, студенти имају прилику да покажу своје квалитете и вештине на реалном терену и тиме стекну компетенције за будући рад. Осавременавање наставних садржаја је значајан подстицај студентима да усвајају предвиђена знања и вештине.

Студијски програм Креативни маркетинг развијен је у складу са савременим глобалним трендовима у области маркетинга и дизајна. Он укључује најновија научна и стручна

сазнања из ових области, чиме се студентима пружа актуелно и конкурентно образовање.

Програм је целовит и усаглашен са другим програмима наше високошколске установе. Сви предмети су пажљиво изабрани и структурирани, те студенти могу да стекну комплексна знања и вештине потребне за успешну каријеру у области креативног маркетинга.

Како бисмо осигурали међународну усаглашеност, наш студијски програм је усклађен са најмање три акредитована програма иностраних високошколских установа, од којих су најмање два из високошколских установа европског образовног простора. Ово гарантује да наш програм задовољава високе међународне стандарде и да ће наши студенти бити конкурентни на глобалном тржишту рада. У прилозима за овај стандард су конкретни докази усклађености.

Такође, наш студијски програм је формално и структурно усклађен са утврђеним предметно-специфичним стандардима за акредитацију, што обезбеђује квалитет и усаглашеност нашег програма.

Конечно, наш студијски програм је усаглашен са европским стандардима у погледу услова уписа, трајања студија, услова преласка у наредну годину, стицања дипломе и начина студирања, те упоредивости програма. Ово обезбеђује да наши студенти стекну препознатљиве и упоредиве квалификације.

Упис студената на студијски програм

Упис на студијски програм Креативни маркетинг обавља се у складу са ресурсима наше високошколске установе и потребама друштва. Број студената који се уписује на овај програм утврђен је на основу наших просторних и кадровских могућности, те се осигурава да сваки студент има адекватну подршку и ресурсе потребне за успешно студирање.

При упису наши кандидати пролазе кроз процес провере знања, склоности и способности. Врста знања која се проверава при упису специфична је за област креативног маркетинга и дизајна, што може укључивати проверу теоријских знања, креативних вештина и практичних умећа кроз различите методе као што су писани тестови, интервјуи и преглед портфолија.

Детаљи о нашем процесу уписа, укључујући врсту знања која се проверава и методе провере, објављују се у нашем конкурс за упис. Ово осигурава транспарентност и јасноћу процеса уписа за све будуће студенте.

Упис студената на прву годину ОАС Креативни маркетинг врши се на основу оствареног успеха у току средње школе и провере знања, склоности и способности на пријемном испиту. ОАС Креативни маркетинг уписује укупно 100 студената.

Одржавању пријемног испита претходе консултације са кандидатима, као и објављивање релевантне и потпуне конкурсне документације преко интернет презентације Факултета савремених уметности, док се сажеци из документације објављују и преко средстава јавног информисања.

Пријемни испит за ОАС Креативни маркетинг састоји се из три дела:

- први део пријемног испита: тест опште културе;
- други део пријемног испита: есеј на задату тему;
- трећи део пријемног испита: разговор са комисијом.

Пријемни испит организује се у јулу и септембру, траје два дана и одвија се кроз два нивоа: предају документације и полагање пријемног. Ранг-листа за упис на ОАС Креативни маркетинг формира се на основу резултата остварених на пријемном испиту. Структура поена које кандидат може да оствари приликом процедуре пријема је следећа: успех остварен у средњој школи – 40 поена; успех на матурском испиту – 20 поена; тест опште културе – 20 поена; есеј на задату тему / медијски извештај – 10 поена, интервју са комисијом – 10 поена. Максималан број поена које кандидат може да оствари је 100, док је доња граница за полагање пријемног испита 55 поена. Број поена који носи сваки појединачни критеријум објављује се у конкурсној документацији. Поред наведене документације, одржавање пријемног испита врши се и у складу са релевантном документацијом факултета и Универзитета Привредна академија у Новом Саду.

Назив високошколске установе	Факултет савремених уметности у Београду, Универзитет Привредна академија у Новом Саду
Назив студијског програма	ОАС Креативни маркетинг

Критеријум	Проценат
1. Просечан успех четворогодишњег средњег образовања	40%
2. Успех на матурском испиту из српског / матерњег језика и књижевности	10%
3. Успех на матурском испиту из математике	0%
4. Успех на матурском испиту из предмета који/које је факултет одредио са Листе општеобразовних предмета (за гимназије и стручне/уметничке образовне профиле који немају директну проходност)	10%
4а. Навести који се општеобразовни предмети са Листе вреднују.	Историја или страни језик или географија
5. Успех из теоријског дела стручног/уметничког матурског испита (за стручне/уметничке образовне профиле који имају директну проходност)	10%
5а. Навести прецизно који стручни и уметнички образовни профили имају директну проходност за одређени студијски програм.	Сви профили имају директну проходност уз обавезу полагања испита склоности и способности.
6. Успех на додатним испитима за проверу знања, склоности и способности	40%
6а. Навести врсту испита.	Испит склоности и способности
7. Успех на такмичењима које вреднује факултет – међународна, републичка, покрајинска, окружна итд.: прво место – 15 поена, друго место – 10 поена, треће место – 5 поена	Додатни бодови према процени факултета

Оцењивање и напредовање студената

Оцењивање и напредовање студената на студијском програму Креативни маркетинг врши се кроз непрекидно праћење рада студената и стицање поена на основу испуњавања предиспитних обавеза и полагања испита.

Савладавање студијског програма се остварује полагањем испита, што омогућава студенту да стекне одређени број ЕСПБ бодова у складу са студијским програмом. Сваки предмет на програму Креативни маркетинг носи одређени број ЕСПБ бодова, које студент стиче када успешно положи испит.

Број ЕСПБ бодова утврђује се на основу радног оптерећења студента у савлађивању одређеног предмета, коришћењем јединствене методологије наше високошколске установе.

Успешност студента у савлађивању предмета континуирано се прати током наставе и изражава се поенима. Максималан број поена које студент може остварити на предмету је 100. Поени се стичу кроз активности у настави, испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита. Минималан број поена који студент може стећи испуњавањем предиспитних обавеза је 30, а максималан 70.

Сваки предмет из студијског програма има јасан и објављен начин стицања поена. Ово укључује детаљне информације о броју поена који се могу стећи за сваку посебну активност током наставе испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита.

Укупан успех студента на предмету изражава се оценом од 5 (није положио) до 10 (одличан). Оцена студента је заснована на укупном броју поена које је студент стекао испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита, али и на квалитету стечених знања и вештина.

Дакле, наш студијски програм Креативни маркетинг је пажљиво дизајниран да осигура прецизно и поштено оцењивање и праћење напредовања студената. Систем оцењивања је јасан и транспарентан, те омогућава студентима да имају јасан преглед својих напора и достигнућа, што им дозвољава да се фокусирају на појединачне области за побољшање и да максимирају свој академски успех.

Сваки предмет из студијског програма има јасан начин стицања поена, који је део курикулума и као такав је јаван.

Начин оцењивања је јединствен на целокупном Факултету савремених уметности, укључујући и ОАС Креативни маркетинг. У процесу провере стеченог знања студент може да оствари максимално 100 поена што одговара оцени 10 (десет). Поени остварени на испиту се сабирају са поенима оствареним радом на часу и кроз предиспитне обавезе, на основу чега се изводи коначна оцена о положеном испиту, и то:

Број поена	Оцена
до 51	5
51–60	6
61–70	7

Број поена	Оцена
71–80	8
81–90	9
91–100	10

Напредовање студената прати се по свим студијским програмима и предметима, укључујући и ОАС Креативни маркетинг. У том смислу, праћење напредовања одвија се анализом годишњих извештаја наставника и сарадника о реализацији наставе и студентских анкета, који су део система контроле квалитета. Уколико анализа покаже изузетно ниску или високу пролазност појединих предмета, наставник је дужан да:

- пружи помоћ у савладавању градива у оквиру редовних и ванредних консултација, односно коригује критеријум оцењивања;
- проблем ниске пролазности реши бољом организацијом наставе;
- преиспита сам концепт предмета.

За студенте који имају проблема у савладавању градива организују се консултације са члановима управе факултета и предметним наставником како би се кроз разговор сагледали разлози за успорено напредовање и приступило мерама за њихово отклањање.

Управа и наставници Факултета савремених уметности посебну пажњу посвећују промовисању најбољих студента. Такође, наставници и управа теже да најбољим студентима омогуће успешну и несметану транзицију од школовања ка професионалном остварењу.

Наставно особље

За реализацију студијског програма обезбеђено је наставно особље са потребним научним, уметничким и стручним квалификацијама.

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг је пажљиво дизајниран тако да задовољи стандард девет упутства за примену. У нашем тиму наставника број је у потпуности усаглашен са потребама студијског програма и зависи од броја предмета и броја часова на тим предметима.

Сваки наставник на нашем студијском програму ангажован је тако да остварује просечно максимално до 180 часова активне наставе годишње или до 6 часова недељно са толеранцијом од 20%. Активна настава укључује предавања, консултације, вежбе и практичан рад.

У случају наставника који су ангажовани на више високошколских установа, наш студијски програм је организован тако да је њихово ангажовање у нашој установи сразмерно проценту ангажовања од прописаног максимума од 12 часова, с тим да њихово укупно ангажовање није веће од 12 часова активне наставе недељно на свим високошколским установама у Републици Србији.

Наставници са непуним радним временом, који мањи део радног времена остварују ван високог образовања, ангажовани су тако да недељно остварују активну наставу у нашој установи сразмерно проценту ангажовања од прописаног максимума од 12 часова.

Наши наставници су посвећени пружању највишег квалитета образовања студентима, усаглашавајући се са свим неопходним стандардима и упутствима.

Реализацију ОАС Креативни маркетинг врши наставно особље са потребним уметничким, научним и стручним квалификацијама. Број наставника и сарадника испуњава постављене стандарде за акредитацију и одредбе закона.

Организациона и материјална средства

За извођење студијског програма обезбеђују се одговарајући људски, просторни, техничко-технолошки, библиотечки и други ресурси који су примерени карактеру студијског програма и предвиђеном броју студената.

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг је обезбедио све неопходне организационе и материјалне ресурсе који су примерени карактеру студијског програма и предвиђеном броју студената, усклађено са Стандардом 10.

Наша установа обезбеђује адекватан простор за извођење наставе. Објекти су дизајнирани тако да задовољавају стандард од најмање 4 м² бруто простора по студенту или 2 м² за извођење наставе по сменама.

Факултет савремених уметности поседује укупно 5.634,24 м² простора.

Установа има простор у власништву, а тамо где наша установа изнајмљује простор, закључен је уговор о закупу на најмање седам година, са детаљним описом структуре простора.

Обезбеђени су амфитеатри, учионице, лабораторије и сличне просторије за извођење наставе, као и библиотечки простор и читаонице, у складу са потребама студијског програма.

Обезбеђена је сва потребна техничка опрема за савремено извођење наставе, укључујући али не ограничавајући се на компјутерску и аудио-визуелну опрему.

Наша установа је обезбедила простор који је приступачан за све студенте, професоре и остало особље, у складу са Правилником о техничким стандардима приступачности.

Библиотека има на располагању најмање 100 библиотечких јединица, које су релевантне за извођење нашег студијског програма.

Обезбеђени су адекватна уџбеничка литература, учила и помоћна средства која су доступна на време и у довољном броју за нормално одвијање наставног процеса у оквиру студијског програма Креативни маркетинг.

У оквиру нашег студијског програма обезбеђене су потребне информационе технологије. Студенти и наставници имају приступ савременим компјутерима и пројекторима како би могли да прате наставу која је оријентисана ка дигиталним технологијама и учествују у њој, што је кључно за креативни маркетинг. Поред тога, постоји стабилна и брза интернет веза како би се обезбедили непрекидно учење и комуникација.

Свим овим мерама обезбеђујемо да наш студијски програм ОАС Креативни маркетинг задовољава све потребе студената и наставника, истовремено поштујући све стандарде који су нам постављени.

Простор за студенте је адекватно опремљен најсавременијим средствима за одржавање наставе. Објект у Светозара Милетића 12 поседује Клуб студената Факултета савремених уметности, који се користи за редовно одржавање предавања, дебата, трибина, радионица итд.

Студентима ОАС Креативни маркетинг доступни су рачунари са најсавременијим програмима, пратећа рачунарска опрема, као и друга наставна средства. Студентима је на располагању преко 100 библиотечких јединица за овај студијски програм.

Контрола квалитета

Контрола квалитета студијског програма спроводи се редовно и систематично путем самовредновања и спољашњом провером квалитета.

Контрола квалитета студијског програма ОАС Креативни маркетинг спроводи се константно, систематично и на више нивоа. Сви сегменти програма контролишу се у унапред одређеним временским интервалима.

Наши процеси контроле квалитета обухватају редовно и систематично праћење реализације програма, укључујући курикулум, наставу, наставно особље, оцењивање студената, уџбенике и литературу. Ово радимо кроз низ интерних прегледа и анализа, а такође и кроз активне повратне информације наших студената.

Процеси самовредновања проводе се за период од три године, док спољашње провере квалитета вршимо на сваких пет година. Ово нам омогућава да постојано унапређујемо наш студијски програм и обезбедимо највиши стандард квалитета образовања.

Студенти имају активну улогу у контроли квалитета нашег студијског програма. Оцене студената по питању квалитета програма су нам веома важне и користимо их као водич за унапређење програма, али и као индикатор успешности наших напора да обезбедимо најбоље могуће образовање.

У погледу самовредновања, Факултет савремених уметности сваке године спроводи студентске анкете којима се проверава квалитет наставе и менторског рада. Резултати анкете анализирају се појединачно од предметних наставника, и колективно на седницама матичних катедри и других тела факултета, те тако чине основу сталног преиспитивања садржаја и метода наставе, као и структуре курикулума и критеријума оцењивања.

Резултати контроле квалитета студијског програма су јавно доступни и представљају део јединственог извештаја о самоевалуацији високошколске установе. Извештај о резултатима самовредновања дефинише испуњеност стандарда и указује на слабости, односно на потребу предузимања неопходних мера за унапређење квалитета у погледу курикулума, квалитета наставе, деловања наставног особља, оцењивања студената, квалитета и доступности уџбеника и литературе.

Утицај студената на процес контроле квалитета врши се кроз учешће једног члана Студентског парламента у Комисији за контролу квалитета Факултета савремених уметности.

ИМТ (интердисциплинарни, мултидисциплинарни и трансдисциплинарни) студијски програм

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг на Факултету савремених уметности представља иновативни програм првог степена на основним академским студијама. Циљ овог програма који носи 240 ЕСПБ бодова јесте да обучи студенте у области менаџмента и бизниса (ДХ поље) и примењене уметности и дизајна (УМ), припремајући их за професионалне улоге у културној и медијској индустрији.

Студенти овог програма стичу звање дипломираног менаџера културе и медија, док у додатку дипломи стоји и маркетинг менаџер, те је обједињено друштвено-хуманистичко поље са уметничким креативним аспектима. Фокус студијског програма је на менаџменту у култури и медијима и омогућава студентима да развијају стратегије маркетинга и комуникације у окружењу уметности и културе. То је у складу са Правилником о листи стручних, академских и научних назива (Сл. гласник РС бр. 6/2023).

Студенти на програму ОАС Креативни маркетинг стичу компетенције из маркетинга, менаџмента у култури и уметничког креативног изражавања. Програм се акредитује посебно и обезбеђује испуњавање стандарда на основу доступних ресурса и ангажовања квалификованог кадра.

На крају програма студенти добијају диплому и додатак дипломи, које потписује руководилац високошколске јединице и ректор универзитета. Академски назив који се стиче завршетком програма формулисан се у сагласности са одговарајућим стандардима и утврђен од Националног савета за високо образовање.

Факултет савремених уметности обезбеђује компетентни наставни кадар потребан за реализацију студијског програма, у радном односу са пуним радним временом на високошколској установи и у допунском раду. Факултет има 87,91% компетентног наставног кадра потребног за реализацију студијског програма у радном односу са пуним радним временом на високошколској установи.

Факултет савремених уметности испуњава стандарде у погледу расположивих ресурса (кадровских, материјалних и просторних) који нису ангажовани на другим студијским програмима који су акредитовани или су у поступку акредитације. Број студената у групи одговара броју студента из области где је тај број минималан.

Студијски програм представља основне академске студије у интердисциплинарној, мултидисциплинарној и трансдисциплинарној области.

Студијски програм има две главне области, односно научна поља: уметност и друштвено-хуманистичко поље, односно менаџмент у култури и медијима. Предмети из области уметности чине 29,79%, из друштвено-хуманистичког поља 48,33%, а заједно чине 78,12% од укупног броја ЕСПБ, чиме су испуњени захтеви стандарда да свака од две главне области садржи најмање 25% ЕСПБ предмета, а обе заједно најмање 70% ЕСПБ предмета датог студијског програма.

Основне академске студије Креативни маркетинг се изводе током четири године, односно осам семестара.

УНИВЕРЗИТЕТ ПРИВРЕДНА АКАДЕМИЈА У НОВОМ САДУ



ИЗВОД ИЗ КЊИГЕ СТАНДАРДА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА ОАС КРЕАТИВНИ МАРКЕТИНГ

