FAKULTET SAVREMENIH UMETNOSTI

КЊИГА ПРЕДМЕТА

ОАС КРЕАТИВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

Модул: Мултимедијална продукција

Београд, 2026. године

САДРЖАЈ

ИСТОРИЈА ДРАМЕ И ПОЗОРИШТА....4
КОМУНИКОЛОГИЈА....5
СТВАРАЛАЧКО ПИСАЊЕ....7
ИНФОРМАЦИОНЕ И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЈЕ....8
КРЕАТИВНА АКУСТИКА....9
МУЗИЧКА ПИСМЕНОСТ....11
КРЕИРАЊЕ САДРЖАЈА....12
ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 1....13
ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 1....15
ПРЕГЛЕД ИСТОРИЈЕ УМЕТНОСТИ....17
ПРИМЕЊЕНИ ЗВУК И МУЗИКА....18
ОСНОВЕ АКАДЕМСКОГ ПИСАЊА....19
ПРАВА У КУЛТУРИ И МЕДИЈИМА....20
ЛИЧНО БРЕНДИРАЊЕ....22
МУЗИКА-РАДИО....23
КОРПОРАТИВНО КОМУНИЦИРАЊЕ....25
ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 2....26
ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 2....28
ПРОДУКЦИЈА АУДИО ФОРМАТИ....29
РЕЖИЈА-АУДИО ФОРМАТИ....31
ОСНОВЕ КАМЕРЕ И СВЕТЛА....32
СЦЕНСКИ ДИЗАЈН....33
ДИГИТАЛНА ФОТОГРАФИЈА....35
ДИЗАЈН ЗВУКА-МЕДИЈИ....36
МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ У КУЛТУРИ....38
ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 3....39
ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 3....41
ПРОДУКЦИЈА-СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ....43
РЕЖИЈА-СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ....44
СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ....46
ПСИХОЛОГИЈА....47

МУЗИКА-ТЕЛЕВИЗИЈА..... 48
МЕДИЈСКИ СИСТЕМИ И ИНСТИТУЦИЈЕ.....50
АРТ ДИРЕКЦИЈА.....51
ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 4..... 53
ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 4.....54
ОСНОВЕ МОНТАЖЕ..... 57
ИСТОРИЈА ФИЛМА.....58
СНИМАЊЕ.....60
РЕЖИЈА-ФИЛМ..... 61
БРЕНД МЕНАЏМЕНТ.....62
ТЕОРИЈА ФИЛМА.....64
МЕДИЈСКО ОГЛАШАВАЊЕ.....65
ПРОДУКЦИЈА-ФИЛМ..... 67
РЕЖИЈА-МЕДИЈИ..... 68
ПОСЛОВНА ЕТИКА.....70
МОНТАЖА И ПОСТПРОДУКЦИЈА..... 71
МУЗИЧКО УРЕЂИВАЊЕ.....72
ОНЛАЈН МЕДИЈИ-ПУБЛИКА..... 73
ПРОДУКЦИЈА-МЕДИЈИ.....75
МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ У МЕДИЈИМА.....76
ДИЗАЈН ЗВУКА И ПОТПРОДУКЦИЈА ПОПУЛАРНЕ МУЗИКЕ.....78
УПРАВЉАЊЕ ФИНАНСИЈАМА..... 79
ПРЕДМЕТ ЗАВРШНОГ РАДА.....81
ОНЛАЈН МЕДИЈИ ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ.....82
ВИЗУЕЛИЗАЦИЈА ПОПУЛАРНЕ МУЗИКЕ.....83
ПРИМЕЊЕНИ МЕДИЈИ.....85
ЈАВНИ И МЕДИЈСКИ НАСТУП.....86
ЕСТЕТИКА.....87
ТЕОРИЈА МЕДИЈА..... 89
ДИЗАЈН ЗВУКА-АУДИО ВИЗУЕЛНЕ УМЕТНОСТИ..... 90
ОНЛАЈН МЕДИЈИ-ТРЖИШТЕ..... 91
СТРУЧНА ПРАКСА.....93
ЗАВРШНИ РАД.....94

ИСТОРИЈА ДРАМЕ И ПОЗОРИШТА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне академске студије
Назив предмета: ИСТОРИЈА ДРАМЕ И ПОЗОРИШТА
Наставник: Душица Филиповић, Петар Грујичић; срадник: Николина Маринковић, Иван Павличић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студентима пружи систематско разумевање историјског развоја драме и позоришта, кроз анализу кључних епоха, естетских токова, културних и друштвених контекста који су обликовали позоришну уметност. Посебан акценат ставља се на развијање способности да се препознају и тумаче узрочно-последичне везе између различитих историјских етапа, као и на формирање целовитог поимања театра као динамичног уметничког, друштвеног и културног феноме.
Исход предмета По успешно завршеном предмету, студент ће бити у стању да:идентификује и критички сагледа најзначајније периоде, тенденције и ауторе у историји позоришта и драме; анализира историјске, естетске и социокултурне факторе који су утицали на развитак позоришне уметности; успоставља везе између различитих драмских и позоришних пракси кроз време; примени стечена теоријска и историјска знања у истраживачком, аналитичком и критичком раду у области драме и театра;
Садржај предмета *Предавања:* 1.Почеци театра – ритуални театар и праисторијски обреди; мит, маска и колективни чин као извориште позоришта. 2.Античка Грчка – трагедија и комедија; Есхил, Софокле, Еурипид, Аристофан; Дионизијске свечаности. 3.Антички Рим – адаптације грчког наслеђа, позоришне структуре, глумци, пантомима; Плавт и Теренције. 4.Средњевековно позориште – литургијске драме, мистерије, мире, моралите; трансформација сакралног у јавни простор. 5.Ренесансно позориште – комедија дел арте, италијанска сцена, промена статуса глумца; односи уметности и власти. 6.Елизабетанска драма и Шекспир – позориште „Глоб“, драмски хибрidi, структура и поетика Шекспировог опуса. 7. Француски класицизам – Корнеј, Расин, Молијер; поетика правила и драмска дисциплина. 8. Романтизам и реалистичке тенденције – европски романтизам; потом реализам и натурализам као преокрет ка друштвеној стварности. 9.Модернизам и политички театар – авангарде 20. века, Брехт, Арто, историчност и идеологија сцене. 10. Егзистенцијализам и театар апсурда – Бекет, Јонеско, Јене; кризе субјекта и разлагање драмске форме.; Савремене позоришне тенденције – постдрамски театар, перформанс, мултимедија. 11.Средњевековни театар на тлу Србије – литургијска драма, усмена традиција, обичајни и ритуални облици. 12. Барокна драма Срба у Угарској – прве драмске и позоришне форме; школске представе и културни контакти.

13. Јоаким Вујић и Књажевски театар у Крагујевцу – утемељење професионалне сцене; значај и репертоар. 14. Институционализација позоришта у Србији – Театар на Ђумруку, Српско народно позориште, Народно позориште у Београду; Стерија – комедије и драме као критичко огледало друштва. 15. Развој модерне српске драме –Романтизам у драми, грађанска комедија, институционални домет националне комике, између два рата и послератна драма, Поповић, Ковачевић и савремена драма *Вежбе:* Анализа позоришних драма. Презентације појединачних периода из историје позоришта. Гледање снимака позоришних представа значајних за развој драмске уметности.
Литература Čezare Molinari, Istorija pozorišta, Beograd, 1972. Slobodan Selenić, Dramski pravci 20. veka, Beograd, 2002. Петар Марјановић, Мала историја српског позоришта, Нови Сад, 2005. Slobodan Selenić, Savremena srpska drama, Beograd, 1979.

Број часова активне наставе: 3				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 1	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Предавања. Израда семинарских радова. Активно учешће студената у анализи драмских текстова.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	Завршни испит	*Поена 40*
активност у току предавања	15	писмени испит	
практичан рад	10	усмени испит	*40*
		.....	
семинар-и	35		

КОМУНИКОЛОГИЈА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Назив предмета: Комуникологија
Наставник : Бранковић Зоран, сарадник: Мирослава Радић, Јована Јелић, Љиљана Вековски
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студентима пружи темељно разумевање процеса људске комуникације, њених теоријских основа и друштвених функција. Кроз упознавање са кључним комуниколошким моделима, медијским системима и стратегијама преношења порука, студентима се омогућава развијање аналитичких и практичних способности неопходних за ефикасну интерперсоналну, групну и јавно-медијску

комуникацију. Посебан акценат ставља се на критичко разумевање савремених медија и њиховог утицаја на понашање, перцепцију и културу публике

Исход предмета

По успешно завршеном предмету, студент ће бити у стању да: разуме и примени основне теорије и моделе комуникације у различитим контекстима; анализира комуникацијске процесе, структуру и сврху порука у медијском и ванмедијском окружењу;креира, артикулише и ефективно преноси поруке усменим, писаним и дигиталним каналима;препозна и критички процени утицај савремених медијских технологија и комуникационих пракси на појединца и друштво;примени стечена знања и технике у конкретним професионалним задацима у области комуницирања.

Садржај предмета

1. Предметно одређење комуникологије. Основни комуниколошки појмови и категорије. Однос комуникационих теорија према другим научним дисциплинама.
2. Развој комуникационих пракси кроз историју, од примитивне заједнице до информационог друштва.
3. Носеће парадигме теорије комуницирања: социо-антрополошка и кибернетска.
4. Субјекти комуникационог процеса. Комуникациони чин и ситуација. Основни модел комуницирања.
5. Информација и порука, код и контекст.
6. Основни типови комуницирања: примарне поделе и кључеви моделовања.
7. Класичне теорије комуницирања: биологистичко-механицистичка теорија. Атомизирана публика. Ефекти комуникационих порука.
8.Класичне теорије комуницирања: теорија селекције и теорија личних разлика.
9.Класичне теорије комуницирања: теорија двостепеног тока комуницирања. Вође друштвених група и ауторитети.
10. Модерне теорије комуницирања: теорија Маршала Маклуана. Глобално село.
11. Модерне теорије комуницирања: теорија „чувара капија“ и теорија дневног реда.
12. Постмодерне теорије комуницирања: теорија о симулацији и симулакрумима. Комуникациона матрица.
13. Медијска перцепција и интерпретација: значење, читање порука, публике као активни субјекти.
14. Етички аспекти комуникације: манипулација, пропаганда, одговорност медија.
15. Дигитална комуникација и савремени медијски екосистеми: друштвене мреже, алгоритми, инфлуенсери, нови модели комуницирања.

Литература

Tomić, Z. (2003): *Komunikologija*, Čigoja štampa, Beograd.
Radojković, M. & Đorđević, T. (2001): *Osnovi komunikologije*, Fakultet političkih nauka i Čigoja štampa, Beograd.

Број часова активне наставе: 3				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 1	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, писање краћих радова према задатим темама, усмено излагање радова према задатим темама.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена**	Завршни испит	40
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	10	усмени испит	40
колоквијум-и		.....	
семинар-и	40		

СТВАРАЛАЧКО ПИСАЊЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Креативне комуникације				
Назив предмета: Стваралачко писање				
Наставник:Душица Филиповић, Тадија Милетић, Зорица Јелић; сарадници: Младен Станић, Јована Вучковић, Јована Мацановић				
Статус предмета: обавезни				
Број ЕСПБ: 6				
Услов: /				
Циљ предмета Циљ предмета је да студентима пружи теоријске основе и практичне алате неопходне за развој креативног писаног израза, као и за осмишљавање, обликовање и артикулацију различитих текстуалних форми. Кроз анализу постојећих књижевних, медијских и уметничких модела, студенти развијају сопствени стил, усвајају поступке структурирања наратива и уче да идеју претворе у јасан, функционалан и уметнички релевантан текст.				
Исход предмета По успешно завршеном предмету, студент ће бити у стању да:самостално креира оригиналне текстуалне садржаје у различитим жанровима и форматима; примени стечене теоријске и методолошке принципе у процесу стваралаштва;анализира и критички процени стилске, жанровске и комуникацијске особености текстова;препозна и вреднује позицију и улогу писаног стваралаштва у културном и медијском простору; развије и обликује личну поетику, те ефикасно трансформише идеју у писани израз прилагођен циљној публици.				
Садржај предмета **Предавања:** 1. Увод у стваралачко писање. Методе писања различитих новинских извештаја, пројеката, блогова, реклама, драмских текстова, филмских сценарија, синопсиса, тритмента и медијских писаних форми 2. Артикулисање личне поетике кроз практичан рад 3. Истраживање личне методологије рада 4. Аутентични уметнички израз и експериментални приступ 5. Концепт и структура текста 6. Језик, стил и наративне стратегије 7. Писање за различите медијске формате 8. Анализа постојећих текстуалних модела 9. Развој лика, простора и радње 10. Интертекстуалност и референце у поп култури 11. Од идеје до сценарија: процес обликовања 12. Синопсис и тритмент као припрема за даљи рад 13. Од писаног концепта до визуелне реализације 14. Рад на селекцији, монтаји и финалној редакцији текста 15. Презентација и евалуација завршних пројеката **Вежбе:** Анализа различитих жанрова писаних форми. Израда различитих текстуалних садржаја на задате теме.				
Литература Alan Dž. Rou, *Kreativna inteligencija*, Clio, Beograd, 2008. Hartli, Dž. (prir.), *Kreativne industrije*, Clio, Beograd, 2007.				
Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе				

Предавања, дискусије у оквиру предавања, вежбе и групни и самосталан практичан рад студената, семинарски рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	**Завршни испит**	**Поена 40**
активност у току предавања	**20**	**Писмени испит**	**40**
колоквијум			
семинарски радови	***40***		
усмени испит			

ИНФОРМАЦИОНЕ И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЈЕ

Табела 5.2

Студијски програм: : Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне академске
Назив предмета: ИНФОРМАЦИОНЕ И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЈЕ
Наставник: Драгана Дудић, Ана Живковић; сарадник: Ања Ћевриз, Љубомир Булатовић
Статус предмета: обавезан
Број ЕСПБ: 6
Услов:/
Циљ предмета Циљ предмета је да студентима пружи темељно разумевање основних концепата информационих и интернет технологија, као и њихове примене у савременим пословним и продукционим процесима. Посебан акценат је на разумевању структуре, развоја и функционисања информационих система, као и овладавању техникама анализе реалних система и планирања увођења ИС/ERP решења. Кроз теоријску наставу и практичне вежбе, студенти стичу знања неопходна за самостално коришћење ИТ алата и технологија, са циљем да ефикасно подрже послове у медијској продукцији, културним институцијама или уметничким организацијама.
Исход предмета По завршетку наставе студенти ће бити оспособљени да разумеју структуру и функционисање информационих система, планирају и анализирају ИТ процесе и самостално раде са савременим пословним софтверима и интернет алатима. Биће способни да креирају и користе једноставне базе података, да администрирају и ажурирају информације, као и да препознају безбедносне принципе и потребе заштите у дигиталном окружењу. Студенти ће такође развијати аналитичко размишљање и техничку писменост примењиву у продукционим, медијским и организационим контекстима.
Садржај предмета *Предавања:* 1. Увод у информационе системе. Основни појмови, термини, типови ИС. 2. Теорија информационих система – структура и функције. 3. Анализа система – прикупљање података, идентификација проблема, потреба и ресурса. 4. Процеси и методе развоја система. SDLC – животни циклус развоја. 5. Концептуално, логичко и физичко дизајнирање информационих система. 6. Увод у алате за моделовање – дијаграми, мапирања, документација. 7. ERP системи – развој, улога и интеграција у организацијама.

8. ЈАД – заједничко дизајнирање апликација / прототипни развој.
9. Фајлови података, речник података, структуре чувања информација.
10. Информациона безбедност – контроле, заштита, ризици, интегритет.
11. Дистрибуирани ИС, интелигентни системи, системи за подршку одлучивању (DSS).
12. Улога запослених у развоју и одржавању ИС – хуман фактор.
13. Увод у базе података – дизајн и структура. Создавање једноставне базе.
14. Практичан рад: Ажурирање, уписивање, копирање и брисање записа; рад у пословним софтверима.
15. Рад на пројекту – мини ИС или база података (припрема за семинарски рад).

Вежбе:

Упознавања са најчешће коришћеним Информационим система.Дизајнирање и коришћење базе података. Ажурирање, уписивање, копирање и брисање записа.

Литература

Mihailo Jauković, *Uvod u informacione sisteme*, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2003

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Излагање наставних јединица путем презентације наставног материјала у електронском облику, интерактивна дискусија по наставним јединицама, јавна одбрана семинарских радова и завршних радова на предмету путем питања студената и професора. Самостална израда и одбрана појединачних вежби у лабораторијским условима. Посете и пленарна предавања одговорних људи у изабраним компанијама.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	**Поена 60**	Завршни испит	*Поена 40*
активност у току предавања	**10**	писмени испит	*40*
практичан рад	**20**	усмени испит	
колоквијум-и	**20**	.....	
семинар-и	**10**		

КРЕАТИВНА АКУСТИКА

Табела 5.2

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Креативна акустика
Наставник:Владимир Живковић, Велибор Хајдуковић; сарадници: Јована Вучковић, Анастасија Поповић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов:/
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти овладају основама акустике и стекну практична и теоријска знања о карактеристикама звука као физичке појаве. Студенти се упознају са настанком, простирањем и

репродукцијом звука у различитим просторима, укључујући студијске и концертне средине, и развијају способност креативне примене акустичких принципа у стваралачком и продукцијском процесу аудио-визуелних пројеката.

Исход предмета

По завршетку наставе студент је оспособљен да препозна, анализира и практично примени акустичке појаве у различитим просторима, као и да користи знање о карактеристикама звука за креативно обликовање звучне слике у снимању, постпродукцији и уметничким пројектима. Студент ће моћи да прилагоди акустичке параметре конкретним захтевима пројекта и простора.

Садржај предмета

Предавања:

1. Увод у акустику – основни појмови и значај у креативним процесима.
2. Настајање и пренос звука у ваздуху.
3. Основни параметри звука: фреквенција, таласна дужина, звучни притисак, интензитет.
4. Карактеристике звучних извора и њихово утицање на звучну слику.
5. Простирање звука у отвореном простору.
6. Акустичке особине затворених простора.
7. Студијска акустика – конфигурација, апсорпција, рефлексија.
8. Акустичке карактеристике концертних дворана и великих простора.
9. Утицај просторије на репродукцију и перцепцију звука.
10. Креативна примена акустике у снимању музике и дијалога.
11. Креирање звучне слике у постпродукцији – примена акустичких принципа.
12. Обрада и манипулација звучним параметрима за ефекте.
13. Прилагођавање акустике специфичним жанровима и стиловима.
14. Практична анализа и симулација акустичких појава у различитим просторима.
15. Презентација индивидуалних или групних пројеката са применом акустичких принципа

Вежбе:

Снимање различитих извора звука у јединственом акустичком окружењу. Снимање једног извора звука у различитим акустичким окружењима. Посета студијима за снимање говора и музике и упознавање са њиховим акустичким особинама. Посета концертним просторима и дворанама.

Литература

Гордић, Љ.; Маљковић, З. *Стереофонија – теорија и пракса*, РТС, Београд, 2016.

Osnović, A.; Fece, I.; Tibai, S. *Akustika i tonsko snimanje*, Radničko i narodno sveučilište „Moša Pijade“, Zagreb, 1989.

Гузина, Б. *Аудио техника у радију и телевизији*, Светлост театар, Београд, 2004.

Куртовић, Х. *Озвучавање*, Техничка књига, Београд, 1985.

Број часова активне наставе 4	**Предавања:2**	**Вежбе:2**

Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, самостални и групни практичан рад студената, Семинарски рад

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена

активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	15	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	15		

МУЗИЧКА ПИСМЕНОСТ

Табела 5.2

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Музичка писменост
Наставник: Владимир Живковић, Никола Здравковић; сарадници: Лана Ђуричковић, Јована Мацановић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: /
Циљ предмета Стицање темељних знања о музичком писму, елементима музичке теорије и интерпретације. Развијање способности разумевања музичког језика, препознавања различитих жанрова и креативне примене музичких принципа у матичној области студија.
Исход предмета По завршетку наставе студенти препознају и читају музичко писмо, разумеју основне елементе музичког изражавања и разликују музичке жанрове. Развијају критички однос према звучним садржајима и стичу навику активног слушања музике са разумевањем.
Садржај предмета *Предавања:* 1.Увод у музичку писменост и основне елементе музике 2.Ноте, трајања и ритмичке јединице 3.Лествице и интервали 4.Тонске висине и њихово препознавање 5.Ритам и метричка организација 6.Акорди и основи хармоније 7.Хармонска кретања и функције акорда 8.Динамика и агогика као средства изражавања 9.Музички облици: песма, рондо, варијације 10.Тимбар и звучне боје инструмената 11.Основе интерпретације и извођачке праксе 12.Преглед музичких жанрова и стилских одлика 13.Анализа музичких примера различитих жанрова 14.Критичко слушање: формирање естетског суда

15.Синтеза знања: музичка перцепција и креативна примена у матичној области *Вежбе* Слушање музике, препознавање музичких примера, жанрова, подстицање музичке креативности
Литература Марко Тајчевић: *Основна теорија музике*, Просвета, Београд, 1962. Владимир Јовановић: *Теорија музике*, Креативни центар, Београд, 2013. Дејан Деспић: *Теорија музике*, Завод за уџбенике, Београд, 2011. Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе Предавања, допуњена анализом нотних и слушањем звучних примера;сажето презентовање садржаја текстова и резултата анализе дела предвиђених за дати час; дискусије у оквиру предавања
Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	20	писмени испит	10
практичан рад	40	усмени испт	30
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	/		

КРЕИРАЊЕ САДРЖАЈА

Табела 5.2

Студијски програм : Креативне комуникације
Назив предмета: Креирање садржаја
Наставник: Тадија Милетић; сарадник: Александар Савић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета Креирање садржаја је оспособљавање студената за самостално и ауторско осмишљавање, обликовање и реализацију медијских садржаја у дигиталном и савременом медијском контексту. Предмет је усмерен на развој креативног, уметничког и критичког мишљења, као и на разумевање естетских, наративних и емоционалних аспеката медијског израза у телевизијским, радијским, аудио-визуелним и онлајн форматима.
Исход предмета Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да самостално и ауторски осмишљава, моделира и

реализује медијске садржаје у савременом дигиталном и медијском контексту, примењујући уметничке, естетске и наративне принципе креирања садржаја. Студент ће бити способан да користи аудио, видео и мултимедијалне формате у креирању документарних, експерименталних, радијских и телевизијских садржаја, са јасним ауторским ставом и циљем изазивања емоције код публике, уз разумевање односа садржаја, контекста и медија.

Садржај предмета

Предавања:

1.Креирање садржаја као уметничка дисциплина – појам, улога и значај у савременим медијима

2.Медијски језик дигиталног доба – специфичности нових медија и платформи

3.Ауторство у медијима – идеја, став и креативни идентитет

4.Наратив и структура медијског садржаја

5.Документаризам као уметничка форма – основни принципи и приступи

6.Радио документаризам и звучни израз као уметничко средство

7.Телевизијски и видео естетски концепт – визуелни језик, композиција и ритам

8.Уметнички експеримент у медијима – границе форме и израза

9.Емоција у медијском садржају – психолошки и уметнички аспекти

10.Однос садржаја и контекста – друштвени, културни и медијски оквир

11.Аудио и видео формати – моделовање и прилагођавање различитим медијима

12. Практичан рад: развој ауторског медијског пројекта (концепт и припрема)

13.Практичан рад: реализација ауторског медијског садржаја

14. Презентација радова и критичка анализа

15.Рефлексија, евалуација и заокруживање креативног процеса

Вежбе:

Рад на развоју ауторских медијских садржаја. Кроз практичне вежбе студенти пролазе све фазе креативног процеса — од идеје и концепта, преко обликовања и реализације, до презентације и критичке анализе сопственог рада

Литература

Lev Manovič: *Jezik novih medija*, Clio, Beograd, 2015

Број часова активне наставе 4	**Предавања:2**	**Вежбе:2**

Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практични рад студената, семинарски рад. Пракса и рад у правим и инкубатор медијским и редакцијама за креирање садржаја.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	
практичан рад	20	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 1 страница А4 формата

ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 1

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Енглески језик 1
Наставник/наставници: Зорица Јелић, Александра Ђорђевић; сарадници: Јован Мацановић, Иван Павличић
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета Енглески језик 1 је да студенти стекну знања из граматике B2 нивоа, према CEFR. Студенти ће такође овладати терминологијом свакодневног, тј. општег енглеског језика, а кроз додатне тесктове ће се упознати са основном стручном терминологијом.
Исход предмета Након завршеног курса студенти су оспособљени да кажу основне податке о себи, својим интересовањима, месту у којем живе, свакодневним активностима, студијама. Могу да користе сва прошла и садашња глаголска времена, партиципе, герунде , као и да читају и разумеју текстове без обзира на тежину из различитих стручних области.
Садржај предмета *Предавања:* *У току наставе суденти ће разговарати на теме које се у књизи обрађују, читати задате текстове, усвајати нови вокабулар и увежбавати граматичке облике који ће им у оквиру теоријске наставе бити објашњени, а које ће увежбавати кроз различите активности, као што су рад у пару, дискусије, тестови, рад уз слике. Студенти ће научити следеће: pronouns, past perfect tense, past continuous tense, past perfect continuous tense, future continuous tense, future perfect tense, future perfect continuous tense, past in the perfect, gerunds, infinitives, and conditional clauses.* *Недеља 1: Introduction and going over the syllabus; grammar review* *Недеља 2: Text "Spectacle in Digital Art" part 1; Key terms, use of key terms* *Недеља 3: Grammar - Subject/ compound subject, pronouns, types of pronouns* *Недеља 4: Text "Spectacle in Digital Art" part 2; Key terms, use of key terms* *Недеља 5: Grammar - Past perfect tense past continuous tense, past perfect continuous tense, perfect modal verbs* *Недеља 6: Text - "Giorgio Vasari and Giovanni Paolo Lomazzo on Baldassare Peruzzi. Reflections on the Reception of His Works in the 16th-Century Literature on Art" Part ; Key terms and their use* *Недеља 7: Grammar and vocabulary review for the midterm exam* *Недеља 8: **Written exam 1** (grammar only)* *Недеља 9: Grammar - Future tenses: future continuous tense, future perfect tense, future perfect continuous tense, future in the past* *Недеља 10: Text - "Giorgio Vasari and Giovanni Paolo Lomazzo on Baldassare Peruzzi. Reflections on the*

Reception of His Works in the 16th-Century Literature on Art" Part 2; Key terms and their use *Недеља 11: Grammar - Participles and Infinitives: types and use; Conditionals (zero, first, second, third)* *Недеља 12: Text - "Baroque in England"; Key terms and their use* *Недеља 13: Ten-minute presentations done by students on English language, culture, or literature for ten (10) points* *Недеља 14: Grammar and vocabulary review for the end-term exam* *Недеља 15:* ***Written Exam 2*** *(grammar only; cumulative exam)* *Вежбе:* *Студенти ће у току вежби користити научено градиво и различитим активностима, као што су писање састава, слушање различитих текстова и разговор о њима, вежба role play, као и рад вежби из радне свеске. Студенти ће у оквиру вежби читати и текстове који садрже основну стручну термонологију.*
Литература Jelic, Zorica. *English I and II*. LINK group: 2020. (Prvi deo knjige)

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе У настави се користи интерактивни метод, што значи да ће студенти знање стицати кроз разговор, утврђивањем граматичких структура у различитим ситуацијама и вокабулара у различитим контекстима.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**40**
колоквијум-и	**50**		
семинар-и			

ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 1

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Италијански језик 1
Наставник/наставници: Ђорђевић А. Александра
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2

Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета Италијански језик 1 је да се студенти упознају са италијанским језиком, културом и цивилизацијом Италије а уз то стекну основна знања из граматике. Студенти треба да стекну сензибилизацију везану за изговор, читање и интонацију кроз текстове из уџбеника али и уз додатна мултимедијална средства.

Исход предмета

Након завршеног курса студенти могу да кажу основне податке о себи: представе се, где живе, где су рођени, колико имају година, чиме се баве, да ли раде/студирају. Могу да користе индикатив презента правилних и неправилних глагола, као и да читају и разумеју лакше текстове познатог вокабулара.

Садржај предмета

Предавања:
У току наставе суденти ће се упознавати са италијанским језиком кроз текстове из уџбеника, и снимљени материјал у циљу развијања рецептивне продукције, разговарати на теме које се у књизи обрађују, читати задате текстове, усвајати нови вокабулар и увежбавати граматичке облике који ће им у оквиру теоријске наставе бити објашњени, а које ће увежбавати кроз различите активности, као што су рад у пару, дискусије, тестови.

Недеља 1: Introduzione. Presentazione del corso
Недеља 2: L'alfabeto italiano. Pronuncia e ortografia, le regole fonetiche. Pronomi personali
Недеља 3: Essere - indicativo presente; Nomi e aggettivi in -*o*; Nomi e aggettivi in -*a;* Numeri a 10; Presentarsi: chiedere e dire di dove è
Недеља 4: L'articolo determinativo; Avere - indicativo presente, Nomi e aggettivi in -*e;* numeri a 100
Недеља 5: Le tre coniugazioni - indicativo presente dei verbi regolari; Preposizioni
Недеља 6: Preparazione per la prima prova scritta – ricapitolazione del brano
Недеља 7: La prima prova scritta
Недеља 8: I verbi incoativi; ci+essere; descrivere l'aspetto fisico
Недеља 9: Alcuni verbi irregolari al presente (andare, venire); I giorni della settimana
Недеља 10: I numeri ordinali; I mesi dell'anno
Недеља 11: Altri verbi irregolari al presente (fare, stare, sapere). Le stagioni dell'anno
Недеља 12: Verbi irregolari al presente (uscire, bere, dare, dire). Le feste e le tradizioni in Italia
Недеља 13: Esercizi grammaticali: trasformare le frasi dal singolare al plurale; coniugare i verbi
Недеља 14: Preparazione per la seconda prova scritta; ricapitolazione del brano
Недеља 15: La seconda prova scritta

Вежбе:
Студенти ће у току вежби користити научено градиво и различитим активностима, као што су дрил вежбе, вишеструки избор, тачно/нетачно одговори. Слушаће се разнолики аудио материјал предвиђен за почетни ниво, а затим следи разговор на ту тему и вежба role play. Предвиђен је и видео материјал где се говори о Италији (географски, историјски и културолошки).

Литература

Основна:
Marin, T., Diadori, P. (2017). *Via del Corso – Corso di italiano per stranieri*. Edilingua, Roma.
Marin, T., Magnelli, S. (2013). *Nuovo progetto italiano 1.* Edilingua, Roma.
Marin, T., Magnelli S. (2013. *Nuovo progetto italiano 1 – Quaderno degli esercizi.* Edilingua, Roma.
Đorđević, Aleksandra. (2021). *Priručnik za italijanski jezik.* Fakultet savremenih umetnosti. Beograd.
Додатна:
Moderc, Saša. (2004), *Gramatika italijanskog jezika – Morfologija sa elementima sintakse*. Udruženje nastavnika italijanskog jezika Srbije, Beograd.
Klajn, Ivan. (2000). *Italijansko–srpski rečnik, 2. ispravljeno i dopunjeno izdanje*. Nolit, Beograd.

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**
Методе извођења наставе У настави се користи интерактивни метод, што значи да ће студенти знање стицати кроз разговор, утврђивањем граматичких структура у различитим ситуацијама и вокабулара у различитим контекстима.		

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**30**
колоквијум-и	**60**		
семинар-и			

ПРЕГЛЕД ИСТОРИЈЕ УМЕТНОСТИ

Студијски програм/студијски програми : Креативне комуникације
Врста и ниво студија: основне академске студије
Назив предмета: Преглед историје уметности
Наставник: Горан Гаврић, Давор Босанкић; сарадници: Милица Василић, Ивона Франовић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ:6
Услов: /
Циљ предмета Увид у основне стилске одлике и улогу уметности у друштву. Увид у развој мотива и тема у историји уметности, као и разумевање логике развоја ликовних уметности од праисторије до 20. века. Дефиниција формално-језичких темеља, с једне стране, и истицање идејних и идеолошких темеља појединачних уметничких феномена, са друге.
Исход предмета Стицање способности за анализу и читање уметничког дела на темељу сазнања о формалним, теоријским, политичким, општедруштвеним историјским предусловима за настанак појединачних форми визуелног израза.
Садржај предмета 1. Уметност од праисторије до античке Грчке 2. Уметност античке Грчке и Рима 3. Уметност од ранохришћанског доба до позног средњег века. Византијска уметност 4. Уметност ренесансе 5. Уметност епохе барока и рококоа 6. Уметност 19. века: неокласицизам, романтизам, реализам. Фотографија 7. Импресионизам: Мане, Моне, Реноар, Дега, Мери Касат, Берта Морисо 8. Постимпресионизам: Ван Гог, Гоген, Сезан, Тулуз Лотрек, Жорж Сера 9. Кубизам и разлагање класичне слике. Футуризам. Филм и авангарда 10. Дада. Уметност Револуције у Русији. Надреализам 11. Апстракција: Кандински, неопластицизам. Баухаус 12. Енформел. Апстрактни експресионизам. Неодада, нови реализам, поп арт, нова фигурација

13. Оптичка уметност.Концептуална уметност. Минимализам 14. Уметност у новом руху: дигитално и интернет окружење 15. Закључна разматрања: уметност као естетски производ, средство политичке борбе или пропаганде, као културни конструкт, као робас
Литература Janson, H. W.: *Istorija umetnosti*, Beograd, 2006. Gombrih, E.: *Umetnost i njena istorija*, Beograd, 1986. Gombrih, E.: *Saga o umetnosti*, Beograd, 2006. Opšta Larousse: *Istorija umetnosti*, Beograd, 2005. Arnason, H. H.: *Istorija moderne umetnosti: slikarstvo, skulptura, arhitektura, fotografija*, Beograd, 2003.

Број часова активне наставе 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Настава се изводи ex cathedra уз обавезну пројекцију визуелног материјала.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена 30**	Завршни испит	**поена 70**
присуствовање настави	30	писмени испит	70
колоквијум-и			

ПРИМЕЊЕНИ ЗВУК И МУЗИКА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Примењени звук и музика
Наставник: Силвана Грујић, Никола Пејовић, Владимир Живковић, Андријана Драгнић; сарадници: Иван Павличић, Слађана Марковић
Статус предмета: Обавезан
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Разумевање и практична примена музике и звука у различитим медијским, сценским и дигиталним контекстима, укључујући позориште, филм, радио, телевизију и интернет. Развијање способности критичке анализе и синхронизације звука и музике са визуелним и сценским елементима, као и креативне примене стечених знања у самосталним и групним аудио-визуелним пројектима.
Исход предмета Студенти стичу темељна знања о примењеној музици и звуку у савременим медијима и сценским формама. Оспособљени су за самостално и тимско креирање аудио-визуелних радова, анализу кореспондирања звука и музике са визуелним и сценским садржајима, као и за креативну и функционалну примену музике и звука у различитим медијским и сценским окружењима.
Садржај предмета *Предавања* 1.Увод у примењену музику и звук: дефиниције, области примене

2.Историјски преглед употребе музике и звука у медијима и позоришту

3.Функција музике и звука у филму: драматургија и емоције

4. Звук у позоришту: сценска атмосфера и ефекти

5. Примена музике и звука у радију и телевизији

6. Музика и звук у интернет медијима: видео, стриминг, друштвене мреже

7. Анализа кореспондирања музике и визуелног изражавања

8. Основни жанрови музике и њихова изражајност у медијима

9. Практична примена звука: снимање и обрада аудио ефеката

10.Практична примена музике: уклапање музичких тема у визуелни садржај

11.Синхронизација звука и слике у филмским и сценским пројектима

12.Интерпретација музике и звука у интеракцији са публиком

13.Анализа примера из стварних медијских и сценских продукција

14.Израда индивидуалног или групног аудио-визуелног пројекта

15.Презентација, евалуација и дискусија реализованих пројеката

Вежбе

Анализа и практична примена музике и звука у медијима, позоришту, филму, интернету.

Литература

Baronijan, Vartkes: *Muzika kao primenjena umetnost*, RTS, Београд, 2007.

Ејзенштајн, Сергеј: *Синхронизација чула*, Филмска библиотека, 1950.

Ћирић, Марија: *Видљиви простори музике (Superlibretto) говор музике на филму*, ФИЛУМ, Крагујевац, 2014.

Шнабел Дитер; *Видљива музика*, „Трећи програм“, РТб, Београд,1972.

Gorbman Claudia: *Film Music*, The Oxford Guide to Film studies, Oxford University Press, 1998

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 4	**Предавања:** 2	**Вежбе:** 2

Методе извођења наставе

Предавања по задатим темама, дискусије у оквиру предавања, припреме краћих излагања студената, слушање и гледање одабраних примера.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	15	писмени испит	/
практичан рад	25	усмени испт	40
колоквијум-и		.....	
семинар-и	20		

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 1 страница А4 формата

ОСНОВЕ АКАДЕМСКОГ ПИСАЊА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације		
Назив предмета: Основе академског писања		
Наставник/наставници: Душица М. Филиповић, сарадник: Стефан Матић		
Статус предмета: Обавезни		
Број ЕСПБ: 2		
Услов: Нема услова		
Циљ предмета Циљ предмета је да унапреди студентску вештину писања текстова у академско-научне сврхе: есеја, семинарског рада, дипломског рада, мастер рада, докторског рада, научног рада (академског чланка).		
Исход предмета Оспособљеност студената за писање основних облика стручних и научних радова и за исправно налажење, коришћење и навођење литературе. Студенти су оспособљени за избор теме академског рада и одређивање концепта и обима истраживања. Умеју да пронађу изворе и документације. Развили су критичко читање и прављење бележака. Знају да сачине план рада. Оспособљени су за писање рада, за цитрање унутар текста (парентезе). Умеју да технички обраде рукопис.		
Садржај предмета 1.Композиција писаног састава; 2. Врсте писаних састава: расправа, студија и монографија, чланак 3. Врсте писаних састава: извештај и реферат, предавање или говор (беседа), есеј; 4. Врсте академско научних текстова: семинарски рад, дипломски рад, мастер рад 5. Врсте академско научних текстова: докторски рад, научни рад (академски чланак) 6. Делови штампаног рада (стручног или научног текста) скраћенице, спојено иодвојено писање речи, интерпункција; велико слово, употреба црте и цртице,курзив и знаци навода; најчешће правописне и граматичке грешке; 7. Облици и начини навођења извора: цитати, подбелешке, списак литературе, 8.Колоквијум; 9. Облици и начини навођења извора: конституисање библиографских јединица; примена рачунара, коришћење библиотеке; **10.** Навођење резулатата: резиме закључка и резиме перспективе, референтна литература, додаци; 11. Писање и његова презентација: коришћење цитата, парафразирање, навођење литературе, коментари, плагијат; 12.Ревизија: садржај, јасноћа, концизност, правопис, граматичке грешке, ревизија рада као целине, 13.Презентовање радова; 14. Обнављање; 15.Колоквијум		
Литература Кундачина, М.; Банђур, В. (2007). *Академско писање*, Ужице. Šamić, M. (1972). *Kako nastaje naučno djelo*, Sarajevo. **Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником**		
Број часова активне наставе 2	**Предавања: 2**	**Вежбе: 0**

Методе извођења наставе			
Пленарна, интерактивна предавања ex katedra (вербална метода), рад у групи, дискусије и презентације, израда семинарских радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**50**
колоквијум-и	**20**		
семинар-и	**20**		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

ПРАВА У КУЛТУРИ И МЕДИЈИМА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : ОАС Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне студије
Назив предмета: Права у култури и медијима
Наставник : Марковић Светлана, Алекса Брежановић, Јасмина Вукотић; сарадник: Милица Стојковић, Владимир Пувача, Анастасија Поповић
Статус предмета: Обавезан
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти стекну систематска знања о правним оквирима у култури и медијима, укључујући међународне и домаће регулативе, као и институције које обликују медијску политику и право. Студенти ће разумети улогу и функцију Европског суда за људска права, независних регулаторних тела и других релевантних институција у креирању медијског права. Настава обухвата анализу права новинара, електронских медија, јавног сервиса и односа права личности и слободе изражавања. Поред теоријског знања, студенти ће развијати практичне способности праћења и тумачења права у медијима и култури, као и примене стечених знања у професионалним контекстима.
Исход предмета: По завршетку наставе, студенти ће бити оспособљени да препознају и примене основне појмове медијског права и права у култури, да идентификују и анализирају субјекте који обликују медијску политику, укључујући Европски суд за људска права и независна регулаторна тела. Студенти ће моћи да тумаче правна питања у вези са електронским медијима, јавним сервисом, правима новинара, говором мржње, приватношћу и слободом изражавања, као и да процене утицај медијске концентрације и оглашавача на медијску политику. Биће способни за самостално праћење законских и политичких оквира у култури и медијима и примену овог знања у професионалним ситуацијама и пројектима.
Садржај предмета:

1.Увод у медијско право – основни појмови и принципи.
2.Права у култури – национални и међународни оквир.
3.Члан 10 Европске Конвенције о људским правима – основа савременог медијског права.
4.Међународни оквири права у култури и медијима.
5.Улога Европског Суда за људска права у креирању медијског права и медијске политике.
9. Право новинара на неповредивост извора информација и етика медија.
10.Говор мржње, клевета, увреда и правне последице.
11.Пресуде Европског суда за људска права и њихов утицај.
12.Право на приступ информацијама, право на приватност, право на одговор и исправку.
13.Однос права личности и права на слободу изражавања.
14.Рекламирање, медијска концентрација и утицај оглашавача.
15.Медијски закони, Закон о култури, примена знања у практичним пројектима.

Литература:

Основна литература

Vladimir Vodinelić: *Pravo medija sa modelom Zakona o javnom informisanju*, Beogradski centar za ljudska prava, Beograd, 1998.

Вучковић, Јелена: *Медијско право*, Ниш, 2018.

Vladimir V. Vodinelić: *Međunarodno privatno pravo ličnosti*, Fakultet za poslovno pravo, Beograd, 2003. (стр. 9–122).

Јелена Сурчулија: *Европски правни оквир за електронске комуникације*, Центар за развој Интернета, Београд, 2004. (стр. 9–67).

Допунска литература

Price, Monroe E.; Krug, Peter: *Povoljno okruženje za slobodne i nezavisne medije*, Samizdat B92, Beograd, 2001.

Price, Monroe; Reboj, Mark (prir.): *Radio-difuzija javnog servisa u tranziciji*, Samizdat B92, Beograd, 2002.

Раде Вељановски: *Јавни РТВ сервис у служби грађана*, Clio, Београд, 2005.

Судска пракса у вези са чланом 10 Европске конвенције о људским правима (друго допуњено издање), Савет Европе – Канцеларија у Београду, Београд, 2006.

Закон о култури, „Службени гласник РС“, бр. 72/2009, 13/2016 и 30/2016 – испр.

Закон о јавном информисању и медијима, „Службени гласник РС“, бр. 83/2014, 58/2015 и 12/2016 – аутентично тумачење.

Број часова активне наставе 3				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 1	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Усмена предавања илустрована у Powep Поинт-у, Индивидуални и групни радови, интерактивни облици наставе, презентације, дискусионе групе.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена**	**Завршни испит**	**Поена**
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**40**
Вежбе	10		
Колоквијум-и	**20**		
Семинарски рад	**20**		

ЛИЧНО БРЕНДИРАЊЕ

Табела 5.2

Студијски програм : Креативне комуникације
Назив предмета: Лично брендирање
Наставник: Предраг Пауновић; сарадник: Милица Стојковић
Статус предмета:изборни
Број ЕСПБ:6
Услов:/
Циљ предмета: Разумевање и примена мултидисциплинарних приступа у области односа са јавношћу, маркетинга и брендирања личности. Развијање способности креирања и управљања личним брендом у медијски посредованој стварности, као и способности планирања и вођења комуникационих активности за грађење репутације уметника, креативаца и пословних лидера.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен да самостално и тимски планира, реализује и анализира активности у оквиру личног брендирања, укључујући односе са медијима, креирање ПР кампања, управљање кризним ситуацијама и медија тренинг, као и да примени технике и алате личног брендирања у различитим креативним и професионалним контекстима.
Садржај предмета *Предавања* 1.Дефинисање основних појмова: односи са јавношћу, адвертајзинг, маркетинг, пропаганда, публицитет, бренд, брендирање 2.Савремени комуникатори и концепт “ренесансног сторителера” 3.Основе брендирања и личног маркетинга 4.Процес планирања односа са јавношћу 5.Увод у креативни процес у контексту личног бренда 6.Односи са медијима: стратегија и тактика 7.Кризно комуницирање: превенција и управљање ситуацијама 8.Медија тренинг: припрема за наступ у медијима 9.Симулација медија тренинга: практичне вежбе 10.Нови медији и дигитални алати за промоцију личности 11.Примена постојећих медија у ПР кампањама 12.Фандрејзинг и обезбеђивање средстава за креативне пројекте 13.Симулација кризне комуникације: практична примена 14.Развој индивидуалног плана личног бренда 15.Презентација и евалуација индивидуалних и групних пројеката *Вежбе* Симулација медија тренинга - припреме за наступ у медијима Симулација кризне комуникације -припреме за наступ у медијима

Литература Vreg, D. Odnosi s medijima, Clio, Beograd, 1996. Bland, M.; Mondesir, S.: *Promocija na televiziji i radiju*, Clio, Beograd, 1995. Black, Sam: *Odnosi s javnošću*, Clio, Beograd, 2003. New Idea Woman, New Moment, Beograd, 2010.		
Број часова активне наставе 4	**Предавања:2**	**Вежбе:2**
Методе извођења наставе Настава из предмета односи са јавношћу ће се реализовати као интерактивна настава која обухвата истовремено и предавања и вежбе.		
Оцена знања (максимални број поена 100)		

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	40
практичан рад	40	усмени испт	
колоквијум-и		.....	
семинар-и			

МУЗИКА-РАДИО

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Врста и ниво студија:Основне академске студије
Назив предмета: Музика-радио
Наставник: Александра Паладин, Владимир Живковић; сарадник: Лана Ђуричковић, Лара Протић, Мила Завођа, Тијана Поповић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Сагледавање улоге и функционалности музике у електронским медијима са фокусом на радио. Развијање способности анализе музичког садржаја у различитим типовима радио програма, препознавање стратегија музичког менаџмента и примена стечених знања у креирању сопствених аудио пројеката.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен да препознаје и анализира типове музичког програма у складу са различитим менаџмент моделима радија (јавни сервис, комерцијални, локални, национални, интернет), као и да самостално планира, креира и реализује музички садржај и сценарије за радио емисије.

Садржај предмета

Предавања

1. Увод: улога музике у електронским медијима и на радију
2. Основне функције музике у радио програму
3. Типови радија: јавни сервис, комерцијални, локални, интернет
4. Препознавање музичких жанрова у различитим типова радио програма
5. Дневни програм и музика: концепт и примена
6. Музичке емисије: структура и специфичности
7. Музичке репортаже и музички прикази
8. Радиофонија и радио драма: музичка улога
9. Музички трендови и актуелности у програму радија
10. Анализа музичког садржаја на примерима стварних програма
11. Истраживање медија и слушалачке публике
12. Писање сценарија за музичке радио емисије
13. Практична примена сценарија и планирање програма
14. Критичка евалуација и корекција музичких програма
15. Презентација индивидуалних или групних радио пројеката

Вежбе

Анализа музике на радију. Истраживање медија. Писање сценарија за радио емисије.

Литература

Maričić, Nikola: *Profili radija*, Radio-televizija Srbije, Beograd, 1994.

Baronian, Vartkes: *Muzika kao primenjena umetnost*, RTS, Beograd, 2007.

Đurđević, Miodrag: *Rađanje radio-drame*, „Ovde Radio-Beograd“, Radio Beograd, Beograd, 1979.

Kelner, Daglas: *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004.

Maričić, Nikola: *Menadžment radija*, RDU RTS – Radio Beograd, Beograd, 2007.

Prajs, M.; Reboj, M. (prir.): *Radio-difuzija javnog servisa u tranziciji*, B92, Beograd, 2002.

Martinoli, Ana: *Strategije programiranja komercijalnog radija – kako se pravi dobar radio*, Samizdat B92, Beograd, 2015.

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Предавања по задатим темама, дискусије у оквиру предавања, припреме краћих излагања студената, слушање одабраних примера и анализа, писање семинарског рада (постављање теме, прикупљање

литературе, анализа литературе, конципирање структуре рада, реализација рада, усмено излагање рада)			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена 60**	Завршни испит	*поена 40*
активност у току предавања	15	писмени испит	20
практичан рад	25	усмени испит	20
колоквијум-и		.....	
семинар-и	20		

КОРПОРАТИВНО КОМУНИЦИРАЊЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм : ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Корпоративно комуницирање
Наставник: Милена Илић, Невенка Поповић Шевић; сарадници: Маша Милошевић, Санела Голубовић Корционе
Статус предмета:изборни
Број ЕСПБ:6
Услов:/
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенте упозна са односима са јавношћу као мултидисциплинарном облашћу корпоративног комуницирања, која обједињује теоријска знања и практичне вештине планирања, вођења и евалуације комуникационих процеса у оквиру компанија, институција и организација. Посебан акценат ставља се на разумевање улоге корпоративне комуникације у изградњи идентитета, имиџа, репутације и дугорочне корпоративне вредности.
Исход предмета По завршетку предмета студент ће стећи теоријска и практична знања неопходна за разумевање и примену корпоративног комуницирања и односа са јавношћу. Студент ће бити оспособљен да активно учествује у свим фазама процеса односа са јавношћу: од планирања комуникационих стратегија, преко реализације интерне и екстерне комуникације, до мерења ефеката и управљања кризним ситуацијама у корпоративном окружењу.
Садржај предмета *Предавања:* 1.Појам и развој односа са јавношћу и корпоративног комуницирања 2.Улога и значај корпоративних комуникација у савременом пословном систему 3.Стварање корпоративне вредности и позиционирање организације 4.Корпоративна култура: појам, елементи и начини успостављања 5.Корпоративни идентитет – визуелни и комуникациони аспекти 6.Грађење корпоративног имиџа и репутације 7.Бренд и брендирање у функцији корпоративне комуникације 8.Корпоративна друштвена одговорност и њена улога у комуникационој стратегији 9.Средства и канали корпоративне комуникације 10.Писана и усмена корпоративна комуникација

11.Интерна комуникација – модели, технике и алати
12.Екстерна комуникација – комуникација са различитим стејкхолдерима
13.Интегрисана корпоративна комуникација и стратешко планирање
14. Креативно корпоративно комуницирање и примери добре праксе
15.Кризно комуницирање, односи са медијима и онлајн комуникација у изградњи корпоративне репутације
Вежбе:

Симулација истраживања тржишта и јавног мњења у функцији стварања адекватних стратегија комуникације. Идентификација и класификација циљаних јавности - стварање мапе стејкхолдера. Израда плана интерне комуникације. Израда плана корпоративних комуникација. Нови медији и интегрисана пословна комуникација. Вежбе техника вербалне и невербалне пословне комуникације.

Симулација друштвено одговорне кампање за потребе грађења и јачања корпоративног имиџа.

Литература

а)Основна литература
Бокун, Петар; Тодоровић, Анита: *Сам свој ПР*, Академија за дипломатију и безбедност, Београд, 2010.
б) Допунска литература
Wilcox, D.; Cameron, G. L.; Warren, T.: *Odnosi s javnošću: strategije i taktike*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.
Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M.: *Uspešni odnosi s javnošću*, Службени гласник, Београд, 2006.
Филип Котлер; Ненси Ли: *Корпоративна друштвена одговорност*, Чигоја штампа, Београд.
Анита Тодоровић: *Креативност – прича коју причамо сами себи*, ИП Јован, Београд, 2012.

Број часова активне наставе 4	**Предавања:2**	**Вежбе:2**

Методе извођења наставе:предавања и вежбе,Повер поинт и видео презентације и групне дискусије.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	40
практичан рад	20	усмени испт	
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и			

ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 2

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Енглески језик 2
Наставник/наставници: Зорица Јелић
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2

Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета Енглески језик 2 је да студенти стекну знања из граматике C1 ниво, према CEFR. Студенти ће такође овладати терминологијом свакодневног, тј. општег енглеског језика, а кроз додатне тесктове ће се упознати са основном стручном терминологијом.

Исход предмета

Студенти су оспособљени да користећи сложеније конструкције и језик вишег стила неометано говоре о себи, својим интересовањима, струци коју студирају, свакодневним активностима, студијама. Оспособљенис су да користе сва глаголска времена и облике, као и да читају и разумеју текстове без обзира на тежину из различитих стручних области.

Садржај предмета

Предавања

У току наставе суденти ће разговарати на теме које се у књизи обрађују, читати задате текстове, усвајати нови вокабулар и увежбавати граматичке облике који ће им у оквиру теоријске наставе бити објашњени, а које ће увежбавати кроз различите активности, као што су рад у пару, дискусије, тестови, рад уз слике. Студенти ће научити следеће: prepositional phrases, phrasal verbs, passive voice, indirect speech, adverbial clauses, and punctuation.

Недеља 1: Creative activity: writing paragraphs and outlining essays
Недеља 2: Text - "Wooden Roof Constructions"; Key terms and their use
Недеља 3: Grammar - Passive Voice
Недеља 4: Text - "Interior Design"; Key terms, use of key terms
Недеља 5: Grammar - Indirect Speech
Недеља 6: Text - "Introduction to the Aesthetics of Biomechanics in Contemporary Theater" Part 1; Key terms and their use
Недеља 7: Review for midterm grammar and vocabulary
Недеља 8: Written Exam 1 (grammar only)
Недеља 9: Grammar - Prepositions, phrasal prepositional verbs, prepositional verbs
Недеља 10: Text - "Introduction to the Aesthetics of Biomechanics in Contemporary Theater" Part 2; Key terms and their use
Недеља 11: Grammar - Participles and Infinitives: types and use; Adverbial clauses:types, subordinating conjunctions
Недеља 12: - "Giorgio Vasari and Giovanni Paolo Lomazzo on Baldassare Peruzzi. Reflections on the Reception of His Works in the 16th-Century Literature on Art"
Недеља 13: Ten-minute presentations done by students on English language, culture, or literature for ten (10) points
Недеља 14: Grammar and vocabulary review for written end-term exam
Недеља 15: ***Written Exam 2*** *(grammar only; cumulative exam)*

Вежбе:

Студенти ће у току вежби користити научено градиво и различитим активностима, као што су писање састава, слушање различитих текстова и разговор о њима, вежба role play, као и рад вежби из радне свеске. Студенти ће у оквиру вежби читати и текстове који садрже основну стручну термонологију.

Литература

Jelic, Zorica. *English I and II*. LINK group: 2020. (Drugi deo knjige)

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе			
У настави се користи интерактивни метод, што значи да ће студенти знање стицати кроз разговор, утврђивањем граматичких структура у различитим ситуацијама и вокабулара у различитим контекстима.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**30**
колоквијум-и	**60**		
семинар-и			

ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 2

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Италијански језик 2
Наставник/наставници: Ђорђевић А. Александра
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета Италијански језик 2 је да студенти стекну граматичка знања и ниво комуникативне компетенције нивоа А1, у складу са нивоима *Заједничког европског оквира за учење, наставу и евалуацију језика* Европске уније. Курс има за циљ да оспособи студента да се да се упусти у конверзацију, да пита и каже (место становања, особе које познаје, шта поседује...) као и да да разуме саговорника и да одговори адекватно контексту, регистру и садржају питња на једноставан начин.
Исход предмета Студенти су оспособљени да користећи сложеније конструкције говоре о себи, својим интересовањима, као и да читају, и преводе текстове средње тежине познатог вокабулара. Моћи Могу да користе презент правилних и неправилних глагола, повратне глаголе, владају приширеним вокабуларом (слободно време, боје, одећа, занимања). Студенти су стекли и основна сазнања везана за италијанску културу и цивилизацију у историјском и уметничком контексту.
Садржај предмета *Предавања:* У току наставе са судентима ће се разговарати на теме које се у уџбенику обрађују, читаће се задати текстови, обрађивати нови вокабулар и фразе како би се усвојили граматички облици који ће им у оквиру теоријске наставе бити објашњени, а које ће увежбавати кроз различите активности, као што су рад у пару, дискусије, тестови, конверзација уз слике. **Недеља 1**: Ripasso. Parlare di feste. Le professioni – cosa fanno/dove lavorano; Quanti ne abbiamo oggi?

Недеља 2: Gli Italiani al lavoro. Che tempo fa; Gli aggettivi possessivi
Недеља 3: Le caratteristiche del carattere; La famiglia e i nomi di parentela
Недеља 4: I verbi modali: (volere, potere, dovere)
Недеља 5: Gli Italiani a tavola: ordinare, chiedere il prezzo, dove si mangia
Недеља 6: Preparazione per la prima prova scritta – ricapitolazione del brano; esercizi
Недеља 7: La prima prova scritta
Недеља 8: Il film: Perfetti sconosciuti. Discussione
Недеља 9: I verbi riflessivi al presente. La gesticolazione italiana – presentazione
Недеља 10: Gli elementi di cultura, storia e civiltà italiana. Discussione
Недеља 11: I colori. I vestiti. Dove si compra. Chiedere e dire il prezzo.
Недеља 12: I verbi riflessivi e modali - esercizi
Недеља 13: Le presentazioni degli studenti
Недеља 14: Preparazione per la seconda prova scritta; ricapitolazione del brano
Недеља 15: La seconda prova scritta

Вежбе:
Студенти ће у току вежби користити научено градиво, те уз помоћ различитих активности као што су писање малих састава, слушање различитих текстова и разговора о њима, вежба role play, практиковати усвојене лингвистичке структуре. Студенти ће и кроз презентације својих семинарских радова моћи да се баве истраживачким радом користећи изворе као што су интернет и страна литература, а у циљу проширивања знања о Италији, њеној култури и цивилизацији.

Литература

Основна:
Marin, T., Diadori, P. (2017). *Via del Corso – Corso di italiano per stranieri*. Edilingua, Roma.
Marin, T., Magnelli, S. (2013). *Nuovo progetto italiano 1*. Edilingua, Roma.
Marin, T., Magnelli S. (2013. *Nuovo progetto italiano 1 – Quaderno degli esercizi.* Edilingua, Roma.
Đorđević, Aleksandra. (2021). *Priručnik za italijanski jezik.* Fakultet savremenih umetnosti. Beograd.
Додатна:
Moderc, Saša. (2004), *Gramatika italijanskog jezika – Morfologija sa elementima sintakse*. Udruženje nastavnika italijanskog jezika Srbije, Beograd.
Klajn, Ivan. (2000). *Italijansko–srpski rečnik, 2. ispravljeno i dopunjeno izdanje*. Nolit, Beograd.

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе

Усмено излагање, дијалошка метода, метода демонстрације, метода илустративних радова, метода практичних радова, метода практичних активности.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**30**
колоквијум-и	**60**		
семинар-и			

ПРОДУКЦИЈА АУДИО ФОРМАТИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: КРЕАТИВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ
Врста и ниво студија: Основне академске студије
Назив предмета: ПРОДУКЦИЈА-АУДИО ФОРМАТИ
Наставник : Тијана Поповић; сарадник: Иван Јовановић, Мина Ерцег, Иван Павлачић
Статус предмета: обавезни предмет
Број ЕСПБ: 4
Услов:/
Циљ предмета: Упознавање студената са принципима рада радио продукције и различитим аудио форматима. Развијање способности креирања, планирања и реализације радио програма кроз разумевање структуре, организације и изражајних елемената радија, као и њихове примене у другим медијима, филму, позоришту и интернету.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен за самостално и тимско креирање радио емисија, примену различитих аудио формата, организацију и управљање продукцијом, као и за критичку анализу изражајних елемената радија у савременим медијским контекстима.
Садржај предмета: *Предавања:* 1.Увод у радио продукцију: историја и развој радија 2.Радио као средство информисања, забаве и уметности 3.Типологија радија: јавни сервис, комерцијални, локални, интернет 4.Основни формати радио емисија 5.Врсте радио програма: музичке, информативне, забавне, тематске емисије 6.Структура радио програма и организација садржаја 7.Изражајни елементи радија: говор, музика, ефекти, тишина 8.Радиофонија и њена улога у креирању атмосфере 9.Однос радија према телевизији и другим медијима 10.Историјски развој радио формата и стилова 11.Примена радио изражајних елемената у филму 12.Примена радио изражајних елемената у позоришту 13.Примена радио изражајних елемената на интернету и дигиталним платформама 14.Анализа типичних радио програма и аудио формата 15.Синтеза знања: критичка евалуација савремених радио формата *Вежбе:* Практични примери припреме емисија за радио уз коришћење свих изражајних елемената радија. Примери разних врста програма са анализама историјског развоја.
Литература: Maričić, Nikola: *Profili radija*, Radio-televizija Srbije, Beograd, 1994. Baronian, Vartkes: *Muzika kao primenjena umetnost*, RTS, Beograd, 2007. Bogavac, S.: *Menadžment medija*, FIM, Beograd, 2000. Kelner, Daglas: *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004. Maričić, Nikola: *Menadžment radija*, RDU RTS – Radio Beograd, Beograd, 2007. Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником
Број часова активне наставе: 4 | Остали часови

Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе: Предавања, вежбе, семинарски радови и консултације.				

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена 60**	Завршни испит	*поена 40*
присутност на настави	10	писмени испит	
активност у току предавања	10	усмени испит	40
практичан рад	20	.....	
семинарски рад	20		

РЕЖИЈА-АУДИО ФОРМАТИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програм: Креативне комуникације
Назив предмета: Режија – аудио формати
Наставник:Мило Лекић, Андријана Драгнић; сарадници: Мина Ерцег, Уна Беловуковић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ:6
Услов:/
Циљ предмета Стицање темељних знања о радио режији и режији различитих аудио формата, као и развијање способности разумевања креативних и техничких потенцијала ових медија. Подстицање критичког промишљања о аудио формама и развијање свести о улози редитеља у креирању звучних продукција.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен за разумевање рада редитеља у области радија и аудио формата, као и за примену редитељских поступака у институционалним и независним аудио продукцијама, укључујући рад са глумцима, креирање звучних поетика и структуру аудио програма.
Садржај предмета **Предавања:** 1.Увод у радио и аудио формате: појмови и историјски развој 2.Историја радијских жанрова и облика 3.Од идеје до реализације аудио формата 4.Основни принципи радио режије 5.Рад редитеља са глумцем: технике и методе 6.Технологија аудио формата и основни елементи продукције 7.Језик радија и аудио формата: вокал, звучни ефекти, простор 8.Поетика и стил режије аудио формата 9.Комуникацијска структура радиофоније 10.Документаризам у аудио форматима: истраживање и презентација 11.Глума у аудио форматима: техника и адаптација за звук 12.Креативно коришћење звучних ефеката и музике у режији 13.Анализа успешних радио продукција и аудио формата

14.Синтеза редитељских приступа у различитим аудио жанровима 15.Критичка евалуација и дискусија о савременим аудио продукцијама **Вежбе:** Анализа радиофонских дела и спектра аудио формата. Израда примењених пројеката различитих аудио формата. Вежбе режије различитих облика радијске уметности и аудио формата.
Литература Martin Shingler; Cindy Wieringa: *Radio*, Clio, Beograd, 2000. Зборник: *Аспекти радија*, Свјетлост, Сарајево, 1978. Љубинко Гордић; Здравко Маљковић: *Стереофонија: теорија и пракса*, РТС, Београд, 2016. Иво Блаха: *Драматургија звука у аудио-визуелном делу*, ДК Студентски град, Београд, 2008. Драган Марковић: *Аудио-визуелна писменост*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010. (делови) Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником.

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Предавања, дискусије у оквиру предавања, вежбе и групни и самосталан практичан рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	**Завршни испит**	**Поени**
активност у току предавања	**15**	**Писмени испит**	**40**
семинарски радови	**45**		

ОСНОВЕ КАМЕРЕ И СВЕТЛА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Основе камере и светла
Наставник: Душан Ивановић
Статус предмета:Обавезан
Број ЕСПБ:6
Услов: Испуњене предиспитне обавезе
Циљ предмета Циљ предмета је стицање основних теоријских и практичних знања о историјату, технологији и технолошким процесима у стварању филмске и електронске слике, као и развијање способности да студент самостално користи камеру и светлосне технике у креативном и техничком процесу снимања. Студенти ће овладати основним елементима рада са камером, укључујући кадрирање, покрет камере и примењујући светлосне поступке за формирање визуелног израза.
Исход предмета По завршетку предмета, студенти ће имати основно знање о филмској и електронској камери и бити

оспособљени да самостално или у групи решавају техничке и креативне захтеве снимања. Биће способни да планирају и реализују основне сценске и медијске снимачке задатке, примене светлосне поступке у складу са естетским и техничким циљевима, и критички процене визуелни резултат свог рада.

Садржај предмета

Предавања

1. Увод у историјат филмске и телевизијске камере.
2. Основни елементи камере: структура, функције, оптика.
3. Кадрирање: типови кадра и њихова употреба.
4. Покрет камере: основни поступци и технике.
5. Основе светла: природно и вештачко осветљење.
6. Контрола експозиције и баланса белог.
7. Осветљење унутрашњих и спољашњих сцена.
8. Практична примена кадрирања и покрета камере.
9. Практична примена светлосних техника.
10. Креативна употреба камере и светла у различитим жанровима.
11. Комбинација камере и светлосних поступака за формирање слике.
12. Анализа визуелних решења у филмским и телевизијским примерима.
13. Тимска работа на снимању кратких сцена.
14. Самостално снимање и примена наученог.
15. Преглед и анализа студената, дискусија и критика радова.

Вежбе

У практицним везбама, студенти ће користити знања стечена у теоретској настави која се односе на кадрирање и покрет камере.

Литература

Tanhofer, N. (1981). *Filmska fotografija*, Filmoteka 16, Zagreb.
С. Јовичић (1998). *Од камера опскуре до видео филма*, Центар филм – Призма, Београд–Крагујевац.
Група аутора (1997). *Лексикон филмских и телевизијских појмова*, Клио, Београд.
Salt, B. (1999). *Istorija, tehnologija i stil filma*, ФДУ, Београд.

Број часова активне наставе 3	**Предавања: 2**	**Вежбе: 3**

Методе извођења наставе

Теоријко излагање, практична настава са обавезном анализом задатих вежби, анализа филмова

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	60	**Завршни испит**	поени
активност у току предавања	15	писмени испит	40
практичан рад	25	усмени испт	
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 1 страница А4 формата

СЦЕНСКИ ДИЗАЈН

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Назив предмета: Сценски дизајн
Наставник: Стеван Алексић, Александар Кушић; сарадници: Маша Милошевић, Јована Мацановић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну систематска знања о концепту и областима деловања сценског дизајна, са посебним акцентом на препознавање и анализу сценских појава у савременој уметности. Настава омогућава разумевање начина на који се успоставља, артикулише и тумачи сценска уметничка структура, као и сагледавање улоге различитих медија изражавања (простор, сценографија, костим, светло, звук) у креирању уметничког и продукцијског израза. Студенти ће развијати и практичне и креативне компетенције неопходне за рад у области сценског дизајна у различитим професионалним, кустоским и уметничким контекстима.
Исход предмета По завршетку наставе, студенти ће бити оспособљени за самостално и групно креативно изражавање кроз сценски дизајн, засновано на анализи и тумачењу савремених уметничких продукција. Биће способни да примењују знања о медијима изражавања (светло, звук, простор, сценографија, костим), да артикулишу сценску структуру у складу са уметничким и продукцијским захтевима, и да учествују у развоју и реализовању сценских пројеката у различитим контекстима сценске уметности..
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у сценски дизајн – појам и области деловања. 2. Историјски преглед сценског дизајна. 3. Сценски дизајн као средство конструкције догађаја. 4. Медији изражавања у сценском дизајну. 5. Простор у сценском дизајну. 6. Сценографија и њена функција. 7. Костим као визуелни и концептуални елемент. 8. Светло – техника и уметничка примена. 9. Звук у сценском дизајну. 10. Сценски дизајн као уметнички процес. 11. Текст и текстуалност у сценском дизајну. 12. Савремене професионалне праксе сценског дизајна. 13. Кустоске праксе и сценски дизајн у музејским и изложбеним просторима. 14. Анализа савремених сценских продукција. 15. Практични пројекти и групни рад на сценском дизајну. Вежбе:

Анализа и валоризација савремених појава у области сценског дизајна на студијама случаја. Израда уметничких пројеката у области сценског дизајна заснованих на примени искустава из савремених уметничких и кустоских пракси.
Литература Динуловић, Р.: „Проширена сценографија или шта је сценски дизајн“, *Сцена*, Стеријино позорје, 2010, бр. 3, стр. 81–84. Динуловић, Р.: „О облицима обликовања“, *Сцена*, Стеријино позорје, 1999, бр. 1–2, стр. 65–67. Каталози Бијенала сценског дизајна I–VI, YUSTAT и Музеј примењене уметности, Београд, 1997–2006. Hauard, Pamela: *Šta je scenografija*, Clio, Beograd, 2002. Šuvaković, Miško: *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Horetzky, Zagreb, 2005. Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практични рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	20	усмени испит	40
колоквијум-и			
семинар-и	30		

ДИГИТАЛНА ФОТОГРАФИЈА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Назив предмета: Дигитална фотографија
Наставник : Кнежевић М. Светлана, Јелена Келеува; сарадници: Милица Пејковић, Анастасија Поповић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну основна и практична знања о дигиталној фотографији, укључујући технике коришћења дигиталне камере, управљање природним и вештачким светлом, одређивање експозиције и композицију мотива. Студенти ће такође савладати рад са софтверима за обраду дигиталне фотографије и научити како да интегришу ове вештине у различите уметничке и дизајнерске праксе. Настава омогућава упознавање са историјом и техничким аспектима фотографије, препознавање

сличности и разлика између аналогне и дигиталне технике, као и креативну примену тих знања у сопственом стваралачком раду.

Исход предмета

По завршетку предмета, студенти ће бити оспособљени за самосталан и креативан рад у области дигиталне фотографије, укључујући снимање, анализу и обраду фотографија. Биће способни да критички процењују фотографски материјал, да примене знања о светлу, композицији и експозицији у свом раду и да користе софтвере за обраду фотографија у сврху припреме визуелног материјала за уметничке, медијске и дизајнерске пројекте.

Садржај предмета

Предавања:

1. Увод у дигиталну фотографију: историја и развој.
2. Основни принципи фотографије и упознавање са дигиталним камерама.
3. Технике снимања: ручне и аутоматске функције камере.
4. Природно светло: употреба, предности и ограничења.
5. Вештачко светло: типови, техника и употреба у студију.
6. Експозиција: апертура, затварач и ИСО.
7. Основе композиције и препознавање мотива.
8. Практичне вежбе снимања у природи.
9. Практичне вежбе снимања у студију.
10. Увод у софтвере за обраду фотографија.
11. Основне технике обраде: корекција светла и боје.
12. Напредне технике обраде: ретуш, комбиновање слика, креативни ефекти.
13. Примена дигиталне фотографије у дизајну и медијима.
14. Анализа и критика фотографског материјала.
15. Завршни пројекат: самосталан креативни рад и презентација.

Вежбе:

Практична настава се састоји у одрађивању задатака који доприносе упознавању са технологијом и решавању проблема линеарне нарације, континуитета и визуелног говора.

Литература

Драгољуб Кажић: *Елементарна техника фотографије*, Универзитет уметности, Београд, 1987.
Scott Kelby: *Knjiga o digitalnoj fotografiji*, Mikro knjiga, Beograd, 2010.
Denis P. Curtin: *Digital Photography Workflow*, London, 2004.

Број часова активне наставе: 3				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 1	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Предавања, практична настава (рад у лабораторији и студијско снимање), истраживачки рад кроз задатке и вежбе (фотографија у служби дизајна), снимања на терену (развијање креативности и опажања)

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	**поена 60**	Завршни испит	*поена 40*
активност у току предавања	20	писмени испит	40
практичан рад	20	усмени испит	
колоквијум (вежбе, задаци)	20	.....	
семинар-и			

ДИЗАЈН ЗВУКА-МЕДИЈИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Дизајн звука - медији
Наставник: Владимир Живковић, Велибор Хајдуковић, Тадија Милетић, Силвана Грујић, Никола Пејовић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ:
Услов;/
Циљ предмета. Циљ предмета је да студенти овладају основним принципима креирања звучне слике у различитим медијима, са акцентом на специфичности рада у радио и телевизијском окружењу. Студенти се упознају са процедурама снимања, обраде и емитовања програма, као и са критеријумима по којима се ствара звучна слика за говорне, музичке, спортске и колажне емисије. Посебан фокус је на практичној примени знања за реализацију креативног и технички квалитетног аудио садржаја у савременим медијским форматима.
Исход предмета По завршетку наставе, студенти су оспособљени за самостално креирање и реализацију звучне слике у различитим медијима. Они могу да анализирају акустичке услове, примењују одговарајуће технике снимања, обраде и миксовања звука, прилагођавају звучну слику специфичностима радио и телевизијских формата, као и да реализују емисије уживо или студијски, задржавајући креативни и професионални ниво.
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у дизајн звука у медијима и основни принципи стварања звучне слике. 2. Карактеристике радио и телевизијских емисија – сличности и разлике. 3. Основни елементи звучне слике у говорним емисијама. 4. Практичан приступ реализацији радио говорних емисија. 5. Основни елементи звучне слике у музичким емисијама за радио. 6. Креирање и реализација звучне слике у музичким телевизијским емисијама. 7. Пренос музичких догађаја и концерата за радио и телевизију – студијски и уживо. 8. Основни принципи звучне слике у радио драми. 9. Основни принципи звучне слике у телевизијским драмским и музичким форматима. 10. Пренос спортских догађаја – техника и креативни аспекти за радио. 11. Пренос спортских догађаја – техника и креативни аспекти за телевизију. 12. Разлике у поставци и обради звука код радио и телевизијских преноса. 13. Практичан рад на креирању звучне слике за различите медијске формате. 14. Презентација и критика реализованих пројеката наставника и студената. 15. Финализација пројеката – усавршавање креативног и техничког квалитета звучне слике.

Вежбе: Снимање и монтажа основних елемената звучне слике. Снимање звучних ефеката. Снимање амбијенталног звука. Продукција, снимање, монтажа и звучно уобличавање радио драме. Посета великим медијским системима и упознавање са технологијом у процесу производње програма.
Литература Гордић, Љ.; Маљковић, З.: *Стереофонија – теорија и пракса*, РТС, Београд, 2016. Блаха, И.: *Драматургија звука у филмском и телевизијском делу*, ДКСГ, Београд, 2008. Мијић, М.: *Аудио системи*, Академска мисао, Београд, 2011. Bartlett, B.: *Stereo Microphone Techniques*, Focal Press, Oxford, 1991. Bartlett, B.; Bartlett, J.: *Recording Music on Location*, Focal Press, Oxford, 2007. Гузина, Б.: *Аудио техника у радију и телевизији*, Светлост театар, Београд, 2004.

Број часова активне наставе 3	**Предавања:2**	**Вежбе:1**

Методе извођења наставе Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, самостални и групни практичан рад студената, Семинарски рад
Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	15	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	15		

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ У КУЛТУРИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Менаџмент и маркетинг у култури
Наставник: Милена Илић, Невенка Поповић Шевић; сарадници: Марија Ђоковић, Ива Миливојевић, Иван Павличић, Љубомир Булатовић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ:6
Услов: /
Циљ предмета Упознавање студената са основама менаџмента и маркетинга у култури, као и са стратегијама и техникама тржишног позиционирања културних установа и уметничких продукција. Развијање способности планирања, организовања и промоције културних активности и деловања у складу са савременим

маркетиншким принципима, укључујући дигиталне канале комуникације и стратегије одрживог управљања.

Исход предмета

По завршетку предмета студент је оспособљен да самостално примењује основе менаџмента и маркетинга у култури, да планира, организује и промовише културне пројекте и активности, као и да управља једноставнијим пројектима унутар установа културе, користећи савремене стратегије комуникације и тржишног позиционирања.

Садржај предмета

Предавања

1.Увод у менаџмент и маркетинг у култури: појмови, значај и области примене

2.Историја развоја културе и културних политика

3.Правна регулатива и оквир за рад установа културе

4.Основни концепти менаџмента у култури: планирање и организација

5.Ефикасно, ефективно и рационално управљање ресурсима и процесима

6.Основе маркетинга у култури: стратегија и позиционирање

7.Колоквијум

8.Популарна и масовна култура: улога и утицај на менаџмент

9.Културни глобализам и интеркултуралне интеграције

10.Концепти реализације различитих облика продукције установа културе

11.Управљање појединачним културним пројектима

12.Одрживост у културном менаџменту: принципи и примена

13.Технике и вештине маркетинга културних садржаја и уметничких дела

14.Анализа успешних примера менаџмента и маркетинга у култури

15.Синтеза знања: критичка евалуација и дискусија о савременим приступима менаџменту и маркетингу у култури

Вежбе

Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се примењују у анализи различитих примера кампања и садржаја из домена културе и рада установа културе, уз извођење закључака о њиховим позитивним и негативним аспектима, али и потенцијалним унапређењима. Кроз студије случаја, студенти практично овладавају основним познавањем менаџмента и маркетинга у култури. Током наставе, организују се посете установама културе, које су различите по својој програмској оријентацији, улози али и власничкој структури и студенти се у реалном окружењу практично познају са основама менаџмента и маркетинга у култури.

Литература

Милена Драгићевић Шешић; Бранимир Стојковић: *Култура, менаџмент, анимација, маркетинг* (6. издање), Clio, Београд, 2011.

Сњежана Миливојевић: *Медији, идеологија и култура*, Фабрика књига, Београд, 2015.

др Душан Стојаковић: *Интернет маркетинг и позоришна публика у Србији*, Задужбина Андрејевић, Београд, 2018.

Александар Луј Тодоровић: *Уметност и технологије комуникација*, Clio, Београд, 2009.

Walter Grasskamp: *Umetnost i novac*, Clio, Beograd, 2003.

Paul Fifield: *Strategije u marketingu*, Clio, Beograd, 2003.

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 3	**Предавања: 2**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе			
Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	15	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	15	.....	
семинар-и			

ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 3

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Енглески језик 3
Наставник/наставници: Зорица Јелић, Арабела Сагадић; сарадник: Мина Ерцег
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2
Услов: Нема услова
Циљ предмета Циљ предмета Енглески језик 3 је да се студенти упознају са терминологијом уско везаном за струку модног дизајна и дизајна костима, да проуче стилове који су били битни на филму, у позоришту и на модној сцени до данас, као и да науче терминологију продаје, маркетинга и брендирања текстилних предмета.
Исход предмета Након завршеног курса студенти су оспособљени да успешно користе стручну терминологију која ће им бити од користи не само да прате савремену литературу и дешавања из струке, већ и да сами креирају и пласирају свој садржаји креације на међународној сцени. Практични део наставе ће им омогућити да науче да представе своје радове на енглеском језику и то од замисли до представљања финалног производа..
Садржај предмета *Предавања* У току наставе суденти ће разговарати на теме које се тичу израде костима и дизајна костима. Такође ће научити стручну терминологију везану за ираду и дизајн костима као и осталу терминологију везану за маркетинг, продају и брендирање рекламног и радног текстила. Сва теме биће представљена у контексту Енглеске културе. Биће обрађене следеће граматичке јединице: глаголи комуникације и идиоми. *Вежбе:* Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад Студенти ће у току вежби користити научено градиво и различитим активностима, као што су писање састава, слушање различитих текстова и разговор о њима, израда Гугл сајта везаног за Гугл учионицу, као и израда презентације. Студентиће у оквиру вежби читати и текстове који садрже основну стручну термонологију.

Наставне јединице по недељама
Недеља 1 Увод у дизајн костима: историја костима и моде до индустријске револуције Недеља 2 Мода током индустријске револуције и светских ратова Недеља 3 Мода од другог светског рата до данас Недеља 4 Елементи моде Недеља 5 Врсте одевних предмета Недеља 6 Шивење и кројење Недеља 7 Еколошки прихватљива мода Недеља 8 колоквијум Недеља 9 Модне технике Недеља 10 Висока мода и модне куће Недеља 11Модни инфлуенсери, стајлинг и модни часописи Недеља 12 Мода у будућности Недеља 13 Презентације Недеља 14 Филм (везан за моду) Недеља 15 колоквијум
Литература Long, T. H. (1979). Longman dictionary of English idioms. UK: Longman Publishers. Clark, J., & Phillips, A. (2010). *The Concise Dictionary of Dress*. Violette Editions. Picken, M. B. (1999). *A dictionary of costume and fashion: Historic and modern*. Courier Corporation. Calderine, Jay, Laura Volpintesta. (2013). *Fashion Design: Reference and Specification Book. Rockport Publisher.*

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе
У настави се користи интерактивни метод, што значи да ће студенти знање стицати кроз разговор, утврђивањем граматичких структура у различитим ситуацијама и вокабулара у различитим контекстима.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у токупредавања	**10**	Писмени испит	**15**
Колоквијум 1	**30**	Усмени испит	**15**
Колоквијум 2	**30**		

ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 3

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације

Назив предмета: Италијански језик 3

Наставник/наставници: Ђорђевић А. Александра

Статус предмета: Изборни

Број ЕСПБ: 2

Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета је да студенти усвоје граматичке структуре и лексичке јединице које одговарају нивоу А2-Заједничког европског оквира за језике (CEFR) и развију комуникативне вештине неопходне за основну употребу италијанског језика у говору и писању. Курс је осмишљен да их оспособи за основну употребу италијанског језика у свакодневним ситуацијама, укључујући изражавање у различитим временима, разумевање саговорника и адекватно реаговање у комуникацији у складу са контекстом и културним нормама.

Исход предмета

По завршетку курса студенти су у стању да: воде једноставне разговоре на италијанском језику у свакодневним и познатим комуникативним ситуацијама; разумеју и интерпретирају кратке и средње захтевне писане и усмене текстове на теме из свакодневног живота; користе граматичке структуре за преношење информација о прошлим, садашњим и будућим догађајима; формулишу краће писане целине као што су белешке, поруке и једноставна писма; адекватно реагују у интеракцији у складу са комуникативним контекстом, социолингвистичким регистром и културним специфичностима италијанског говорног подручја.

Садржај предмета

Предавања:Током теоријске наставе студенти ће се упознавати са италијанским језиком кроз рад на текстовима из уџбеника и пратећем аудио и видео материјалу, са циљем развијања рецептивних и продуктивних језичких вештина. Кроз анализу текстова, усвајање новог вокабулара и објашњење граматичких структура, студенти ће постепено овладати језичким средствима неопходним за свакодневну комуникацију. Посебан акценат биће на савладавању граматичких јединица као што су *passato prossimo*, партитивна заменица (*ne*), директна и индиректна заменица (*pronome diretto/indiretto*), *presente progressivo* (глагол *stare* + герунд), именице непромењиве у множини (*nomi invariabili al plurale*), сложене предлошкеконструкције (*preposizioni articolate*), као и будуће време (*futuro semplice)* са освртом на неправилне глаголе.

Вежбе:Ове граматичке и лексичке структуре студенти ће увежбавати кроз различите активности, укључујући рад у пару, дискусије и тестове, са циљем њихове функционалне примене у комуникацији. Посебан нагласак биће на развијању способности да се новостечено знање примени у реалним ситуацијама кроз *role-play* вежбе, слушање аудио материјала и гледање видео садржаја који обухватају теме из свакодневног живота и културе Италије.

План реализације наставних јединица по радним недељама:

1. Passato prossimo (verbi regolari e i principali verbi irregolari); morfologia e uso; Espressioni per parlare del passato (*ieri, la settimana scorsa, una volta*);Abilità comunicative: raccontare eventi recenti e parlare delle proprie esperienze passate.

2. Passato prossimo dei verbi irregolari, modali e riflessivi; Avverbi di tempo con il passato prossimo (*già, mai, ancora, sempre*); Abilità comunicative:: descrivere esperienze personali e attività svolte.

3. Pronomi diretti; uso dei pronomi diretti con il *passato prossimo*; Preposizioni articolate (*del, nello, sulla, ecc.*); Abilità comunicative:descrivere persone e oggetti, fare ordini al ristorante o al bar.

4. Nomi invariabili al plurale (*le città, le crisi, i caffè*); Pronome partitivo *ne*; uso di *ne* per indicare quantità (*ne voglio due*, *ne parliamo domani*); Abilità comunicative:fare la spesa, parlare di quantità e preferenze.

5. Aggettivi possessivi con i nomi di parentela (*mia madre, nostro fratello*); Preposizioni semplici e articolate (*a, in, su, tra, con*); Abilità comunicative:descrivere la famiglia e i rapporti familiari.
6. *Stare* + *gerundio*: morfologia, uso e pratica; Abilità comunicative:descrivere azioni in corso di svolgimento.
7. Ripasso della grammatica e del lessico trattati finora; Preparazione per la prima prova scritta: esercizi di revisione e attività comunicative simulate.
8. *Prima prova scritta*
9. *Futuro semplice* dei verbi regolari; Espressioni per fare progetti, previsioni e ipotesi sul futuro (*domani andrò…, penso che sarà…*); Abilità comunicative:parlare dei piani e degli obiettivi futuri.
10. *Futuro semplice* dei verbi irregolari; Fare promesse per il futuro (*ti prometto che…*, *lo farò sicuramente*); Abilità comunicative: programmare attività future e fare ipotesi.
11. Pronomi indiretti (*mi, ti, gli, le, ci, vi, loro*); Uso di *ci vuole, ci vogliono*; Abilità comunicative:esprimere bisogni e dare consigli.
12. Il comparativo di maggioranza, minoranza e uguaglianza (*più… di, meno… di, tanto… quanto*); Il superlativo assoluto e relativo (*il più bello, bellissimo*); Abilità comunicative:confrontare persone, luoghi e oggetti.
13. Ripasso generale della grammatica e del lessico; Attività comunicative per consolidare le competenze acquisite.
14. Preparazione per la seconda prova scritta: simulazioni, esercizi di riepilogo, attività di gruppo.
15.*Seconda prova scritta*

Литература

Marin, T., & Diadori, P. (2017). *Via del Corso A1: Corso di italiano per stranieri*. Edilingua.
Marin, T., & Diadori, P. (2018). *Via del Corso: Corso di italiano per stranieri. Livello A2*. Edilingua.
La Grassa, M., Delitala, M., & Quercioli, F. (2011). *L'italiano all'università 1: Libro + CD audio (A1–A2)*. Edilingua.
Marin, T., & Magnelli, S. (2013). *Nuovo Progetto Italiano 1*. Edilingua.
Đorđević, A. (2021). *Priručnik za italijanski jezik*. Fakultet savremenih umetnosti.

Додатна литература

Moderc, S. (2004). *Gramatika italijanskog jezika: Morfologija sa elementima sintakse*. Udruženje nastavnika italijanskog jezika Srbije.

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе

Усмено излагање, дијалошка метода, метода демонстрације, метода илустративних радова, метода практичних радова, метода практичних активности.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**30**
колоквијум-и	**60**		
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 2 странице А4 формата

ПРОДУКЦИЈА-СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне академске студије
Назив предмета: **ПРОДУКЦИЈА-СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ**
Наставник: Тијана Поповић, сарадник: Николина Маринкоивић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Анализа и разумевање концепта позоришне и целокупно сценске уметности од Антике до савременог доба. Развијање способности сагледавања основних појмова сценске уметности и делатности сценских продукција, укључујући организационе моделе и производно-технолошке процесе у продукцији сценских дела као уметничких и друштвених производа.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен за професионално разумевање организације сценских продукција и процеса продукције сценских дела, као и за критичку анализу и примену методологије продукције у различитим сценским контекстима.
Садржај предмета *Предавања* 1.Увод у концепт сценске уметности: дефиниције и историјски развој 2.Сценска уметност у Антици: организација и продукција представе 3.Средњевековна и ренесансна сценска уметност 4.Елизабетанска драма и продукцијски аспекти 5.Класицизам и романтичарска сценска уметност 6.Развој реализма и натурализма у продукцији 7.Модернизам и политички театар: сценска режија и продукција 8. Савремене сценске тенденције 9. Организациони модели сценских продукција: институције, независне сцене, продукцијске куће 10. Производно-технолошки процес: план и припрема сценског дела 11.Рад са актерима и сценским тимом: улога продукције 12 Технички аспекти сценске продукције: сценографија, костим, светло, звук 13. Управљање ресурсима и буџетом у продукцији 14.Практични примери продукцијских процеса у различитим сценским контекстима 15 Синтеза и критичка евалуација сценских продукција *Вежбе* Настава обухвата и организоване посете и стручне трибине, где се студенти упознају са продукцијским и организационим процесима. Заједничко праћење и анализа позоришних представа и сценских догађаја.
Литература Душко Марић: *Позоришна продукција*, Задужбина Андрејевић, Београд, 2003. Хуго Клајн: *Основни проблеми режије*, Факултет драмских уметности, Београд, 1973. К. С. Станиславски: *Систем*, Партизанска књига, Београд, 1986. Данка Манџука: *Пројектна организација у позоришту*, Југословенска естрада, Београд, 1989.

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе
Класичан предавачки ангажман. Израда семинарских радова. Активно учешће студената у анализи савремених проблема позоришта. Организовање теста као провере знања. Завршни усмени испит.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	Завршни испит	*Поена 40*
активност у току предавања	15	писмени испит	
практичан рад	25	усмени испит	*40*
колоквијум-и		.....	
семинар-и	20		

РЕЖИЈА-СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Креативне комуникације
Назив предмета: Режија – сценске уметности
Наставник: Небојша Дугалић, Мило Лекић, Божидар Ђуровић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов:/
Циљ предмета Стицање знања о режији у оквиру сценских уметности, укључујући позориште, али и најшири спектар сценских активности и живих догађања. Развијање способности студената да препознају и критички анализирају креативне потенцијале различитих сценских форми и њихову примену у савременом сценском стваралаштву.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен за професионално разумевање режије у позоришту и другим сценским уметностима, укључујући класичне и савремене форме. Студент је способан да примени редитељске поступке у институционалним и независним продукцијама, , као и да критички анализира и интерпретира сценске радове.
Садржај предмета **Предавања** 1.Увод у сценске уметности и основне принципе режије 2.Позоришни и сценски жанрови: режијски приступ и анализ 3.Од драмског текста до режијског концепта представе 4.Рад редитеља са глумцем: техника и методе вођења ансамбла 5.Режија сценског простора: сценографија, просторна динамика, визуелни концепт 6.Позоришни језик и режијска изражајност 7.Веза режије са другим уметничким дисциплинама 8.Поетика сценске режије: стил, тон и ауторски потпис 9.Употреба мултимедијалних елемената у режији

10.Перформанс и режијска интерпретација сценских радова
11.Ванпозоришне сценске форме: режијски приступ и адаптације
12.Комуникација режисера са публиком и улога гледаоца у сценској режији
13.Интеграција музике, светла и сценографије у режији
14.Анализа и дискусија о савременим режијским концептима
15.Синтеза знања: презентација и критичка евалуација режијских приступа

Вежбе:
Анализа позоришних дела, перформанса и примера употребе сценске уметности у најразличитијим областима. Израда примењивих сценских пројеката. Колективне вежбе режије различитих облика сценске уметности.

Литература
Хуго Клајн: *Основни проблеми режије*, Универзитет уметности у Београду, Београд, 1979.
Етјен Сурио: *Двеста хиљада драмских ситуација*, Нолит, Београд, 1982.
Antonin Artaud: *Pozorište i njegov dvojnik*, Utopia, Beograd, 2010.
Жан Дивињо: *Социологија позоришта (Колективне сенке)*, БИГЗ, Београд, 1978. (изабрана поглавља)
Милован Здравковић: *Позоришни речник*, Завод за уџбенике, Београд, 2013.
Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником.

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе
Предавања, дискусије у оквиру предавања, вежбе и групни и самосталан практичан рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 40**	**Завршни испит**	**Поена 60**
активност у току предавања	**15**		
колоквијум			
семинарски радови	**25**		
усмени испит		***60***	

СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Назив предмета: СЦЕНСКЕ УМЕТНОСТИ
Наставник: Мило Лекић, сарадник:Александар Савић
Статус предмета: Обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета Сценске уметности је развијање уметничке осетљивости, сценског мишљења и способности креативног читања и тумачења драмских и сценских дела. Предмет је усмерен на упознавање студената са развојем сценских уметности кроз кључне етапе и поетике, не као историјском прегледу, већ као живом извору идеја, облика и сценских поступака који могу бити инспирација за савремени уметнички рад.

Исход предмета

Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да препозна, разуме и интерпретира различите облике сценског израза у њиховом уметничком, културном и извођачком контексту. Биће у стању да анализира драмска и сценска дела као уметничке целине, да повезује историјске поетике са савременом сценском праксом и да стечена сазнања примењује у креативном, интерпретативном и ауторском раду.

Садржај предмета

Предавања:

1. Сцена као уметнички чин – шта је сценичност и зашто човек изводи
2. Ритуал, тело и заједница – прапочеци сценског израза
3. Мит као драмска структура – трагедија као уметност сукоба
4. Смех, игра и критика – комедија као сценски одговор стварности
5. Античка сцена као простор извођења – од хора до глумца
6. Средњи век: извођење као заједничко искуство – процесије, слике и симболи
7. Ренесанса и човек на сцени – рађање нове сценске свести
8. Комедија дел'арте – тело, маска и импровизација као уметнички језик
9. Правило и слобода – класицизам и отпор канону
10. Елизабетанска сцена – драма као свет у малом
11. Позориште емоције – романтизам и сценски набој
12. Реализам – сцена као огледало друштва
13. Симболизам – атмосфера, тишина и унутрашња сцена
14. Модерно позориште – лом форме и нови сценски језици
15. Сцена данас – дијалог традиције и савременог израза

Вежбе:

Практична настава заснива се на анализи сценских примера, креативном читању драмских текстова и интерпретацији различитих сценских поетика кроз дискусију, визуелне и извођачке задатке. Студенти кроз практични рад развијају способност да препознају уметничке поступке и да их користе као инспирацију за сопствени сценски израз.

Литература

Čezare Molinari: *Istorija pozorišta*, Vuk Karadžić, Beograd, 1982.
Ronald Harwood: *Istorija pozorišta*, ARS Scena, Beograd, 1998.
Peter Brook: *Prazan prostor*, Clio, Beograd.

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Предавања. Израда семинарских радова. Активно учешће студената у анализи савремених проблема позоришта. Организовање теста као провере знања. Завршни усмени испит.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	Завршни испит	*Поена 40*
активност у току предавања	15	писмени испит	
практичан рад	10	усмени испит	*40*
колоквијум-и		.....	
семинар-и	35		

ПСИХОЛОГИЈА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :	**Креативне комуникације**
Назив предмета: ПСИХОЛОГИЈА	
Наставник: Биљана Пејић, Јована Вучковић; сарадници: Љубомир Булатовић, Иван Павличић	
Статус предмета:обавезни	
Број ЕСПБ:4	
Услов: /	
Циљ предмета: Циљ предмета је упознавање студената са основним концептима психологије и психологије уметности, укључујући разумевање психичких процеса, особина и феномена који утичу на стваралачки процес и перцепцију уметничких дела. Студенти ће развијати теоријско знање и практичне вештине које омогућавају разумевање личности уметника, психолошких аспеката стварања, реакције публике и значаја естетског доживљаја, као и примену ових сазнања у педагошком и стваралачком раду.	
Исход предмета По завршетку предмета, студенти ће бити оспособљени за разумевање основних психолошких концепата и њихову примену у области уметности, сценских и медијских продукција. Биће способни да анализирају психичке процесе, особине и мотивацију личности уметника, да препознају и интерпретирају психолошке аспекте стварања и доживљаја уметничких дела, као и да примене научено знање за смањење треме, управљање стресом и подршку психосоматском балансу у професионалном и педагошком раду.	
Садржај предмета 1. Увод у психологију: предмет, историја и развој. 2. Основни психички процеси: интелектуални аспекти (опажање, пажња, памћење, учење, мишљење). 3. Емоционални и вољни процеси: мотивација, вољне радње. 4. Психичке особине: способности, навике, темперамент, потребе и интереси. 5. Научно проучавање понашања и непосредног искуства. 6. Психологија уметности: циљ уметности и естетски доживљај. 7. Психопатологија и уметност. 8. Личност уметника: црте, способности и патолошки аспекти. 9. Процес стварања: спонтано, ригидност, симболи, несвесно. 10. Уметничко дело: форма и садржај, изазивање емоција. 11. Психологија публике: доживљај емоција кроз уметничко дело. 12. Психологија сценских и медијских извођења. 13. Примена психологије у педагогији и уметничком раду. 14. Савладавање стреса, треме и психосоматског баланса. 15. Завршни преглед и анализа студената, практичне примене.	
Литература Никола Рот: *Општа психологија*, Завод за уџбенике, Београд. Предраг Огњеновић: *Психологија опажања*, Завод за уџбенике, Београд. Владислав Панић: *Психологија и уметност*, Завод за уџбенике, Београд. Љиљана Клисић: *Телесна психотерапија*, ЕКО, Београд, 1995; С.И., Београд, 2001; УТПЈ, Београд, 2004. Ксенија Мирковић-Радоћ: *Психологија музике*, Завод за уџбенике, Београд, 1996. Hall, C. S.; Lindzey, G.: *Teorije ličnosti*, Nolit, Beograd, 1983.	
Број часова активне наставе 2	**Остали часови**

Предавања: 1	**Вежбе:** 1	**Други облици наставе:**	**Студијски истраживачки рад**	
Методе извођења наставе: Предавања, активно обнављање градива, дискусија, вежбе, практична искуства, итд				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	Поена **60**	**Завршни испит**	Поена **40**	
активност у току предавања	10	Усмени испит	40	
практичан рад	20			
колоквијум-и	10			
семинар-и	20			

МУЗИКА-ТЕЛЕВИЗИЈА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне академске студије
Назив предмета: МУЗИКА-ТЕЛЕВИЗИЈА
Наставник: Силвана Грујић, Александра Паладин, Владимир Живковић; сарадници: Лара Протић, Марија Ђоковић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је стицање знања о начинима присуства, функцијама и употреби музике у телевизијском медију, као и развијање способности за аналитичко и креативно коришћење музике у различитим телевизијским форматима. Студенти ће се оспособити да стечена знања примене у истраживачком, продукционом и уређивачком раду у оквиру аудиовизуелних медија.
Исход предмета По успешно завршеном предмету, студенти ће бити оспособљени да критички сагледају и анализирају улогу музике у телевизијским садржајима, како у специјализованим музичким, тако и у немузичким програмима. Стечена компетенција омогућиће им самосталан рад на пословима музичког сарадника, музичког уредника, музичког продуцента и уредника телевизијских емисија, уз способност да интегришу музику као значајан елемент аудиовизуелне структуре.
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у предмет. Основни појмови: музика као аудиовизуелни елемент, телевизија као медиј. 2. Историјат настанка и развоја телевизије – технолошке и програмске фазе. 3. Позиција и функција музике у раним телевизијским програмима. 4. Улога музике у обликовању телевизијског идентитета: џинглови, шпици и звучни лого бренда.

5. Класификација медијских облика музике на телевизији – преглед жанрова и формата.
6. Анализа музике по облику – звучни слој, жанровске карактеристике, музички језик.
7. Анализа музике по садржају – музика као наратор, емоционални и драматуршки код.
8. Анализа музике по начину реализације – студијска продукција, снимање уживо, музичке библиотеке.
9. Дефинисање и типологија телевизијских музичких формата.
10. Специјализовани музички програми: концерти, музичке емисије, ТВ наступи, аудиције, такмичења.
11. Музика у информативном, документарном и образовном програму.
12. Музика у забавним, ријалити и драмским форматима – стратегије употребе.
13. Однос режије, монтаже и музике: звук као структурни део телевизијске слике.
14. Савремени трендови: дигиталне платформе, стриминг, ауторска музика и права.
15. Рекапитулација градива и анализа студентских радова / завршна провера.

Вежбе

Анализа конкретних видео примера и рад на креирању оригиналних радова из области медијских облика музике-музике на телевизији

Литература

Baronian, Vartkes: *Muzika kao primenjena umetnost*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Beograd, 1981. Грујић, Силвана: „Телевизијски балет – специфичности хибридног жанра“, у: *Зборник радова са VI међународног научног скупа одржаног на Филолошко-уметничком факултету у Крагујевцу* (28–29.10.2011), стр. 207, Крагујевац, 2012.

McQuail, Denis: *Televizija*, Clio, Beograd, 2000.

Николајевић, Снежана: *Екран српске музике*, РТС, Београд, 2003.

Николајевић, Снежана: *Музика и телевизија – умеће и/или уметност*, ФИЛУМ, Крагујевац, 2015.

McLuhan, Marshall: “Television – The Timid Giant”, у: *Television – Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, Vol. II, London, New York, 2003.

Miller, Toby: “Introduction”, у: *Television – Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, Vol. I, London, New York, 2003.

Проданов Крајишник, Ира и сарадници: *Музика и медији*, Академија уметности, Нови Сад, 2013

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практичан рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	Завршни испит	*Поена 40*
активност у току предавања	15	писмени испит	
практичан рад	25	усмени испит	*40*
колоквијум-и		.....	
семинар-и	20		

МЕДИЈСКИ СИСТЕМИ И ИНСТИТУЦИЈЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне академске студије
Назив предмета: Медијски системи и институције
Наставник: Маја Вукадиновић, Љиљана Манић; сарадници: Мирјана Станојевић, Александра Карацић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање студената са појмом медијског система, његовом структуром, типовима и функцијама у савременом друштву. Студенти стичу знања о класификацији медија по организацији, дистрибуцији садржаја, власништву и програмском профилу, као и о односима медијског система са политиком, економијом и културом. Посебан акценат ставља се на проучавање медијског система Србије у контексту актуелних промена и процеса транзиције.
Исход предмета По завршетку предмета, студент је оспособљен да препознаје, разликује и анализира медијске системе и институције, да критички сагледава утицај друштвених фактора на медијско деловање и да примењује основне теоријске концепте у тумачењу медијске праксе.
Садржај предмета *Предавања* 1 Комуникација и друштво 2 Масовно друштво и медијска комуникација 3 Масовни медији и њихов развој 4 Медијски систем: дефиниција и елементи 5 Структура медијског система 6 Нормативни облици медијских система 7 Медији и економија 8 Медији и политика 9 Медији и култура 10 Медијски систем Србије 11 Медији између слободе и манипулације 12 Медијско (пре)обликовање јавности 13 Медији и образовање 14 Медијска етика и професионални стандарди 15 Савремени медијски трендови и дигитална трансформација *Вежбе* Критичка анализа релевантних теоријских извора који у свом фокусу имају медије, те посебно медијске системе и њихове кључне елементе;Упознавање са конкретним елементима медијског система: медији и медијске делатности;Израда и представљање резултата самосталног теоријско-истраживачког рада студената у области медија
Литература Briggs, A.; Burke, P. (2006). *Društvena istorija medija*. Beograd: Clio. Briggs, A.; Cobley, P. (2005). *Uvod u studije medija*. Beograd: Clio. Вељановски, Р. (2012). *Медијски систем Србије*. Београд: Факултет политичких наука – Чигоја штампа.

Раде Вељановски (2005). *Јавни РТВ сервис у служби грађана*. Београд: Clio.
Коковић, Д. (2007). *Друштво и медијски изазови*. Нови Сад: Филозофски факултет.
Lorimer, R. (1998). *Masovne komunikacije*. Beograd: Clio.
Милетић, М. (2014). *Структура и динамика медијског система Србије*. Београд: Хрестоматија.
Радојковић, М.; Стојковић, Б. (2004). *Информационо-комуникациони системи*. Београд: Clio.
Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе
предавања, мултимедијална настава, дискусије, консултације, семинарски рад, испит.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	Завршни испит	*Поена 40*
активност у току предавања	15	писмени испит	
практичан рад	25	усмени испит	*40*
колоквијум-и		.....	
семинар-и	20		

АРТ ДИРЕКЦИЈА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Креативне комуникације

Назив предмета: Арт дирекција

Наставник:Ђорђе Станојевић; сарадник: Елена Ђокић, Милица Василић, Дејан Лукић, Александар Савић

Статус предмета: изборни

Број ЕСПБ:6

Услов:/

Циљ предмета
Циљ предмета је да студенти стекну темељно разумевање принципа и праксе арт дирекције у различитим областима културне и медијске продукције, укључујући филм, сценске уметности, ТВ, рекламе, интернет, видео игре и издаваштво. Студенти ће упознати структуру креативних тимова, улогу арт директора у процесу стварања, као и начине на које визуелни наратив и концепт утичу на креативни и производни процес. Поред теоријског знања, предмет развија способности анализе, критичког тумачења визуелних решења и примену наученог у практичним пројектима.

Исход предмета
По завршетку предмета, студенти ће бити оспособљени за самостално и тимско вођење креативних пројеката, примену принципа арт дирекције у различитим медијским и културним контекстима, као и за ефикасну комуникацију са тимовима, наручиоцима и публиком. Биће способни да анализирају визуелни материјал, примењују историјске и савремене концепте визуелне културе и да трансформишу наративне идеје у визуелне форме, са сврсисходним управљањем креативним процесом.

Садржај предмета

Предавања
1. Увод у арт дирекцију и њена поља примене.
2. Улога арт директора у филму.
3. Арт дирекција у сценским уметностима.
4. Арт дирекција у организованим догађајима.
5. Арт дирекција у рекламама.
6. Арт дирекција у телевизијским и интернет пројектима.
7. Арт дирекција у видео играма и издаваштву.
8. Историја визуелне културе и уметности.
9. Претварање наратива у визуелне форме.
10. Тимски рад и улога креативног лидера.
11. Комуникација са наручиоцима и стваралацима.
12. Анализа дела ликовне уметности, дизајна и фотографије.
13. Примена теорије у практичном пројекту – концепт арт дирекције.
14. Тимски рад на пројектима – визуелна примена.
15. Преглед и анализа радова студената, дискусија и критика.

.

Вежбе:
Анализа уметничких и медијских производа у чијем настајању је арт дирекција од велике важности. Проналажење различитих начина за решавање креативних задатака у заједничком раду. Израда изабраних пројеката из различитих медијских области који захтевају арт дирекцију.

Литература
Maria Carla Prette: *Razumeti umetnost*, Службени гласник, Београд, 2016.
Umberto Eco: *Istorija lepote*, Plato, Beograd, 2004.
Christian Salmon: *Storiteling*, Clio, Beograd, 2010.
Ryan Hembree: *Kompletan grafički dizajn*, Don Vas, Beograd, 2008.
Leksikon savremene kulture, Plato Books, Beograd, 2008.
Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником.

Број часова активне наставе: 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе
Предавања, дискусије у оквиру предавања, вежбе и групни и самосталан практичан рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена 60**	**Завршни испит**	**Поени**
активност у току предавања	**20**	**Писмени испит**	**40**
колоквијум	**20**		
семинарски радови	***20***		
усмени испит			

ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК 4

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Енглески језик 4
Наставник/наставници: Зорица Јелић, Арабела Сагадић; сарадник: Андера Лешевић
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2
Услов: Нема услова
Циљ предмета Циљ предмета Енглески језик 4 је да настави са радом на разумевању текстова, критичком размишљању и писању. Студенти раде на писању састава и других облика писане комуникације. Поред анализе текста и писања ради се на усвајању већег броја идиома и изрека. На часовима ће бити и дебате.
Исход предмета Очекује се да студенти науче да пишу сложене реченице и саставе као и друге облике писане комуникације. Такође се очекује да користе у свакоднвеном говору већи број израза, изрека и идома. Да могу да разговарају о пизитивним и негативним аспектима контраверзних тема.
Садржај предмета Предмет користи уџбеник који има текстове, вежбе и питања на које треба критички одговарати. Такође, постоје лекције са упутствима и саветима како писати сложене реченице и саставе у циљу бољег писања. Студентима ће се дати и разноврстан материјал везан за идиоме и изреке. *Предавања* Теоријска настава се одвија користећи уџбеник и додатни материјал који ће бити прослеђен на часовима. У практичном делу се од студената очекује да побољшају конверзацију и да пишу на сваком часу. Користи се Google Classroom. Обавезно навести 15 наставних недеља Недеља 1 Henry Louis Gates, “What’s in a Name?” Недеља 2 Moises Naim, “The YouTube Effect” Недеља 3 Junot Diaz, “The Money” Недеља 4 Tara Westover, “I Am Not Proof of the American Dream” Недеља 5 Joy Harjo, “The American Sunrise” Недеља 6 Bich Minh Nguyen, “Goodby to My Twinkie Days” Недеља 7 Trevor Noah, “Trevor, Pray” Недеља 8 колоквијум Недеља 9 Heather Rogers, “The Hidden Life of Garbage” Недеља 10 Brian Doyle, “Joyas Voladoras” Недеља 11 Daniel P. Huttenlocher, “The Challenge of Being Human in the Age of AI” Недеља 12 Farhad Manjoo, “It’s Time for ‘They’” Недеља 13 Презентације Недеља 14 Филм (везан за неку од тема са часова)

Недеља 15 колоквијум Вежбе: *Студенти ће у току вежби користити научено градиво и различитим активностима, као што су писање састава, слушање различитих текстова и разговор о њима, израда Гугл сајта везаног за Гугл учионицу , као и израда презентације. Студенти ће у оквиру вежби читати и текстове који садрже основну стручну термонологију.*
Литература Kirszner, Laurie G., and Stephen Randall. (2024). Patterns for College Writing: A Rhetorical Reader and Guide. NY: Bedford/St. Martin's ISBN: 978-1-319-51136-4

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе У настави се користи интерактивни метод, што значи да ће студенти знање стицати кроз разговор, утврђивањем граматичких структура у различитим ситуацијама и вокабулара у различитим контекстима.
Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у токупредавања	**10**	Писмени испит	**15**
Колоквијум 1	**30**	Усмени испит	**15**
Колоквијум 2	**30**		

ИТАЛИЈАНСКИ ЈЕЗИК 4

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Италијански језик 4
Наставник/наставници: Ђорђевић А. Александра
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 2
Услов: /
Циљ предмета

Циљ предмета је да студенти продубе и прошире знања из италијанског језика на нивоу А2.2 Заједничког европског оквира за језике (CEFR), са посебним освртом на усавршавање употребе прошлих времена (passato prossimo и imperfetto), директних и индиректних заменица у сложеним временима и основних синтаксичких структура. Курс има за циљ да оспособи студенте за прецизније и самосталније усмено и писмено изражавање у различитим свакодневним и академским ситуацијама, као и за разумевање аутентичних писаних и аудиовизуелних садржаја.

Исход предмета

По завршетку курса студенти су у стању да: разликују и правилно употребљавају прошла времена (passato prossimo и imperfetto) у наративном контексту; користе директне и индиректне заменице (pronome diretto/indiretto) у простим и сложеним временима; формулишу једноставне хипотетичке конструкције (periodo ipotetico del primo tipo); изражавају став, сумњу, вероватноћу и емоције у складу са комуникативном ситуацијом; разумеју и анализирају аутентичне писане и аудиовизуелне текстове средње тежине; самостално и јасно изражавају своје мисли у усменој и писаној форми, обликујући наративне и описне текстове уз употребу одговарајућих временских облика и логичких конектора; адекватно реагују у интеракцији уз поштовање социолингвистичког регистра и културолошких специфичности италијанског говорног подручја.

Садржај предмета

Предавања:

Током теоријске наставе студенти ће систематизовати и продубљивати знања о употреби прошлих времена (passato prossimo и imperfetto), са посебним освртом на њихову функционалну употребу у наративном дискурсу. Посебна пажња биће посвећена сложенијим синтаксичким структурама, употреби заменица у сложеним временима, као и развоју дискурсне компетенције кроз рад са конекторима и маркерима кохезије текста.Посебна пажња посветиће се развоју лексике у областима образовања, друштвеног живота, здравља, путовања, медија и савремене комуникације (Internet и друштвене мреже). Рад ће укључивати читање, превод и анализу текстова и аутентичних аудиовизуелних материјала.

Вежбе:

Практична настава усмерена је ка функционалној примени стечених знања кроз комуникативне активности, аргументативне задатке и интегративне форме рада. Посебан акценат ставља се на развијање наративне компетенције, логичког повезивања исказа и самосталног усменог и писаног изражавања у различитим друштвеним и културним контекстима. Кроз слушање и гледање аутентичних садржаја студенти ће унапређивати разумевање говорног језика и развијати интеркултурну компетенцију.

У оквиру курса студенти ће припремити и усмено представити семинарску презентацију на тему из области италијанске културе и цивилизације, кроз коју ће показати способност самосталног истраживања, критичког приступа теми и примене новостечених језичких и кулутролошких знања у академском и комуникативном контексту.

План реализације наставних јединица по радним недељама:

1. Ripasso del *Passato prossimo*; passato prossimo dei verbi modali e riflessivi; scelta dell'ausiliare; verbi con doppio ausiliare; accordo del participio passato; Lessico relativo allo sport e benessere. Abilità comunicative: esprimere sorpresa, incertezza, accordo.

2. *Imperfetto* indicativo – morfologia e principali usi; Lessico ed espressioni relativi ai mezzi di trasporto urbano e extraurbano: treni, biglietti, orari; Abilità comunicative: comprare il biglietto del treno/autobus/aereo; prenotare un alloggio.

3. *Imperfetto* dei verbi irregolari; principali avverbi, coniugazioni ed espressioni che richiedono l'uso dell'imperfetto; la forma progressiva al passato. Connettivi *allora/ora* e *adesso*; Il segnale discorsivo *allora*. Abilità comunicative: raccontare azioni abituali al passato.
4. *Passato prossimo* e *imperfetto* – differenze; raccontare e descrivere il passato; collocare in ordine cronologico più azioni al passato; Connettivi *mentre* e *durante*; Avverbi in *-mente*. Abilità comunicative: parlare dei propri ricordi; argomentare a favore e contro qualcosa.
5. *Pronomi diretti* con il *passato prossimo*; Connettivi temporali: *all'inizio, poi, dopo, alla fine*. Lessico relativo al sistema educativo: scuola, università, esami, modalità di svolgimento e superamento degli esami. Abilità comunicative: esprimere gioia e disappunto; esprimere stati fisici e stati d'animo del presente e del passato.
6. Lettura, traduzione e analisi di testi e materiali audiovisivi autentici in lingua originale, con particolare attenzione all'uso del passato prossimo e dell'imperfetto. Lessico e abilità comunicative: problemi di salute; sintomi di malesseri fisici; il corpo umano; medici specialisti; modi di dire con le parti del corpo.
7. Ripasso della grammatica e del lessico trattati finora; Preparazione per la prima prova scritta: esercizi di revisione e attività comunicative simulate.
8. *Prima prova scritta*
9. *Pronomi indiretti* (*mi, ti, gli, le, ci, vi, loro*); *Pronomi indiretti* nei tempi composti e verbi modali. Lessico ed espressioni utili per spostarsi in macchina, in città e fuori città. Abilità comunicative: tranquillizzare qualcuno; esprimere sorpresa e desiderio.
10. Stare+per+infinito; *Periodo ipotetico* del primo tipo; Lessico relativo alla vita sociale in Italia; luoghi di incontro, divertimento, socializzazione. I segni zodiacali; Le previsioni del tempo; Attività comunicative: parlare di azioni ed eventi che stanno per verificarsi; formulare semplici ipotesi.
11. Ripresa dei *comparativi* e confronto con i *superlativi*; Nomi alterati in *-ino* e *-one*; Lessico relativo alle vacanze: cosa mettere in valigia; La Geografia del Belpaese; Attività comunicative: esprimere probabilità, dubbio, incertezza.
12. Lessico ed espressioni relativi a Internet e ai social network, alle relazioni interpersonali, alle feste e alle tradizioni; Attività comunicative: formulare auguri in diverse situazioni comunicative.
13. Ripasso generale della grammatica e del lessico; Attività comunicative per consolidare le competenze acquisite.
14. Preparazione per la seconda prova scritta: simulazioni, esercizi di riepilogo, attività di gruppo.
15. *Seconda prova scritta*

Литература

Marin, T., & Diadori, P. (2017). *Via del Corso A1: Corso di italiano per stranieri*. Edilingua.
Marin, T., & Diadori, P. (2018). *Via del Corso: Corso di italiano per stranieri. Livello A2*. Edilingua.
La Grassa, M., Delitala, M., & Quercioli, F. (2011). *L'italiano all'università 1: Libro + CD audio (A1–A2)*. Edilingua.
Marin, T., & Magnelli, S. (2013). *Nuovo Progetto Italiano 1*. Edilingua.
Đorđević, A. (2021). *Priručnik za italijanski jezik*. Fakultet savremenih umetnosti.

Додатна литература

Moderc, S. (2004). *Gramatika italijanskog jezika: Morfologija sa elementima sintakse*. Udruženje nastavnika italijanskog jezika Srbije.

Број часова активне наставе 2	**Предавања: 1**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе

Усмено излагање, дијалошка метода, метода демонстрације, метода илустративних радова, метода практичних радова, метода практичних активности.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**30**
колоквијум-и	**60**		
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

ОСНОВЕ МОНТАЖЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Основе монтаже
Наставник: Давор Босанкић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ:6
Услов: Нема услова
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну свеобухватно знање о процесу монтаже аудио-визуелних садржаја, укључујући њену уметничку, техничку и креативну улогу у продукцији филмова, телевизијских емисија, реклама и других медијских формата. Студенти ће развити разумевање ритма, темпа, композиције кадра и естетских принципа монтаже, као и способност да анализирају и интерпретирају монтажна решења у различитим жанровима.
Исход предмета По завршетку предмета, студенти ће бити оспособљени за самосталан рад на монтажи аудио-визуелних садржаја, са способношћу да креирају композиционално и ритмички уравнотежене монтажне одлуке. Такође, моћи ће да препознају утицај монтаже на наратив, емотивни ефекат и перцепцију публике, као и да примене основне монтажне алате у пракси.
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у монтажу и њена улога у аудио-визуелној продукцији 2. Историја монтаже и класични монтажни стилови 3. Основни појмови: кадар, рез, оса акције, ритам 4. Типови монтаже у различитим жанровима 5. Креативни и естетски принципи монтаже 6. Технички аспекти: формати, резолуција, конверзија 7. Анализа монтажних примера из филма и телевизије 8. Монтажа документарних и информативних садржаја 9. Монтажа музичких и рекламних формата

10. Транзиције, ефекти и графички елементи у монтажи 11. Ритам и наратив у монтажи 12. Оштрање монтажних одлука и финализација пројекта 13. Самостална вежба: креирање кратког монтажног пројекта 14. Преглед и критичка анализа студената 15 Завршни пројекат и презентација *Вежбе* Кроз групни и индивидуални приступ се стечена теоријска знања демонстрирају на конкретном материјалу, уз ангажовање студената да кроз примере уоче различите резултате монтажних одлука, као и да савладају основне алате за рад, превасходно знања за руковање одређеним софтверима за монтажу.
Литература Марко Бабац: *Језик монтаже покретних слика*, Академија уметности, Нови Сад, 2000. Jerzy Płażewski: *Jezik filma* I–II, Institut za film, Beograd, 1971–1972. Марко Бабац; Рихард Клајн: *Ново лице телевизије*, ФДУ, Београд, 2000. Група аутора: *Лексикон филмских и телевизијских појмова* I–II, Научна књига; Универзитет уметности, Београд, 1993–1997. Daniel Arijon: *Gramatika filmskog jezika*, Група за филмску и телевизијску монтажу, Београд, 1983. Denis McQuail: *Televizija*, Clio, Beograd, 2000. Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

ИСТОРИЈА ФИЛМА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Назив предмета: ИСТОРИЈА ФИЛМА
Наставник : Олег Јекнић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 4
Услов: /
Циљ предмета: Циљ предмета је упознавање студената са историјским развојем филма као уметничке, медијске и индустријске праксе. Студенти стичу увид у кључне етапе, ауторе, естетске правце, технолошке иновације и друштвене околности које су обликовале филм од његових почетака до савременог доба. Посебан акценат

ставља се на разумевање филма као средства масовне комуникације, уметничког медија и привредне делатности.

Исход предмета

По завршетку предмета студент је оспособљен да препозна и критички анализира главне периоде развоја филма, његове естетске и технолошке одреднице, као и појаве и ауторе који су обележили филмску уметност. Студент стиче основна знања из филмске културе и развија способности за даље истраживање, тумачење и разумевање филма у ширем културном и друштвеном контексту

Садржај:

Предавања:

1 Порекло филма и рани развој светске кинематографије; први аутори и технике
2 Хронологија развоја југословенске кинематографије; друштвени и технолошки оквири
3 Услови за развој кинематографских делатности у СФРЈ; институције и систем производње
4 Кинематографија у Србији; кључни аутори, појаве и тенденције
5 Немачки филм; експресионизам и његов утицај на светску кинематографију
6 Совјетски филм; монтажа атракција, идеолошки контекст и естетске специфичности
7 Холивуд двадесетих; успон америчке индустрије и звезда
8 Долазак звука и боје; преломне технолошке иновације и њихове последице
9 Звучни филм и амерички студијски систем; жанрови и стандарди продукције
10 Европа тридесетих; филмске школе, стилови и друштвено-политички утицаји
11 Ратни и послератни филм; тематска, идеолошка и продукцијска усмерења
12 Француски нови талас; поетика, аутори и рушење класичних правила нарације
13 Нови филм у земљама енглеског говорног подручја; британска школа, независне продукције и ауторски приступи
14 Европска ренесанса, кинематографија трећег света; нови гласови, политички и културни контексти
15 Савремени Холивуд; глобални утицаји, франшизе, технолошке иновације и позиција филма данас

Аудиторне вежбе:

Пројекције филмова – анализа.

Литература :

Cook, David A.: *Istorija filma 1*, Clio, Beograd, 2005.
Cook, David A.: *Istorija filma 2*, Clio, Beograd, 2007.
Дејан Косановић: „Почеци кинематографије на тлу Југославије 1896-1918“, ФДУ, 1985.

Број часова активне наставе: 3				Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 0	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе:

Предавања, пројекције инсерта култних филмова, семинарски радови и консултације.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена 60**	Завршни испит	*поена 40*
активност у току предавања	10	писмени испит	20
практична настава	10	усмени испит	20
колоквијум-и		.....	
семинар-и	40		

СНИМАЊЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Снимање
Наставник: Душан Ивановић
Статус предмета: обавезан
Број ЕСПБ:6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета **Снимање** је развијање способности студената да кроз процес снимања обликују визуелни израз и наратив, користећи камеру као уметничко средство. Предмет је усмерен на истраживање односа између покрета, простора, кадра и времена, као и на развој осећаја за визуелни ритам, атмосферу и значење, независно од техничких аспеката камере .
Исход предмета Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да осмишљава и реализује процес снимања као ауторски чин, свесно користећи камеру у функцији драматургије, атмосфере и визуелног приповедања. Биће у стању да анализира и примењује различите приступе снимању у односу на простор, извођаче и контекст, као и да активно сарађује са редитељем, снимателјем и осталим члановима екипе у реализацији сценског и аудиовизуелног дела.
Садржај предмета 1. Снимање као уметнички процес – камера као средство израза 2. Кадар и значење – избор погледа и тачке гледишта 3. Покрет камере и покрет у кадру 4. Однос тела, простора и камере 5. Време у снимању – трајање, ритам и пауза 6. Рад са извођачима пред камером 7. Снимање као дијалог – однос редитеља, камере и сцене 8. Документарни приступ снимању – присуство и посматрање 9. Фикција и инсценација – камера у служби приче 10. Простор као визуелни наратив – ентеријер и екстеријер 11. Атмосфера и визуелни тон без техничких формула 12. Континуитет и размишљање у целинама 13. Импровизација у процесу снимања 14. Рад на краткој снимљеној целини 15. Анализа снимљеног материјала и разговор о процесу .
Литература Liz Wells (2006). *Fotografija: kritički uvod*, Clio, Beograd.

Tanhofer, N. (1981). *Filmska fotografija*, Filmoteka 16, Zagreb. Nichols, Bill (2010). *Introduction to Documentary*, Indiana University Press, Bloomington. Roth, A. (1986). *Documentary Photography*, Focal Press, Oxford. Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником		
Број часова активне наставе 5	**Предавања: 2**	**Вежбе: 3**
Методе извођења наставе Теоријко излагање, практична настава са обавезном анализом заданих везби, анализа филмова		
Оцена знања (максимални број поена 100)		

Предиспитне обавезе	Поена	**Завршни испит**	Поена
активност у току предавања	20	писмени испит	40
практичан рад	40	усмени испт	
колоквијум-и		.....	
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....
*максимална дужна 1 страница А4 формата

РЕЖИЈА-ФИЛМ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм : Креативне комуникације
Назив предмета: Режија-филм
Наставник: Петар Станојловић, Тадија Милетић, Олег Јекнић; сарадници: Хајат Керави, Уна Беловуковић
Статус предмета: Обавезан
Број ЕСПБ: 8
Услов: Испуњене предиспитне обавезе
Циљ предмета Стицање основних знања о филмској режији са акцентом на анализу и примени различитих филмских жанрова. Развијање способности за креативну примену филмског језика и режијских техника у широком спектру уметничких и медијских пракси. Разумевање филма као уметничког дела, сведока времена и медијатора поруке.
Исход предмета По завршетку предмета студент је оспособљен за анализу и критичко тумачење филмских дела, препознавање и коришћење жанровских и стилских особености, као и за планирање и реализацију режијских решења у различитим филмским и видео форматима. Студент је у стању да интегрише визуелне, звучне и наративне елементе у кохерентну уметничку целину, да разуме филм као медијатор поруке и сведока времена, и да примени стечена знања и технике у самосталним и тимским продукцијама, укључујући и експерименталне и мултидисциплинарне пројекте.

Садржај предмета

Предавања

1 Увод у филм као уметност и као привредну делатност.
2 Историјат филмских жанрова
3 Основни филмски формати и њихова примена.
4 Естетика филма: концепти, стилови и утицаји.
5 Језик филма: кадар, композиција, перспектива.
6 Основи снимања: камера, угао снимања, покрет и светло.
7 Редитељска поетика: од идеје до сценарија.
8 Редитељска пракса: рад са глумцима и сценографија.
9 Монтажа и ритам у филмској режији.
10 Звук у филму: дијалог, ефекти, музика.
11 Визуелни стил и експериментални приступи.
12 Примена жанровских и стилских особености у режији.
13 Синтеза аудио-визуелних елемената у филмском делу.
14 Анализа и критичко тумачење филмова.
15 Завршни пројекат

Вежбе:

Израда примењених пројеката кратких форми.Вежбе режије различитих филмских жанрова.Креирање филмских и видео садржаја.

Литература

Daniel Eridžon: *Gramatika filmskog jezika*, Универзитет уметности у Београду, Београд, 1988.

Marcel Martin: *Filmski jezik*, Institut za film, Beograd, 1966.

Б. Бошковић: *Основи филмске режије*, Универзитет уметности у Београду, Београд, 1981.

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 5	**Предавања: 3**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	20	писмени испит	/
практичан рад	/	усмени испт	40
колоквијум-и		.....	
семинар-и	40		

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 1 страница А4 формата

БРЕНД МЕНАЏМЕНТ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Бренд менаџмент
Наставник: Милан Вукасовић, сарадник: Ана Вукан
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање са основним појмовима у вези са бренд менаџментом, управљање процесом креирања бренда, као и представљање и пласман бренд производа и услуга у креативним индустријама. У фокусу предмета је и изучавање предности изласка компаније како на домаће, тако и на иностранo тржиште и аспеката онлајн продаје. Циљ предмета је да омогући студентима да разумеју специфичности и карактеристике брендова у различитим тржишним сегментима, те да се опробају у пласману брендова у сфери креативног бизниса.
Исход предмета По завршетку наставе из предмета *Бренд менаџмент*, од студента се очекује да влада основним знањима из области креирања и пласмана бренд производа/услуге у креативним пословима, те да је оспособљен да самостално покреће и води пројекте у области управљања брендом и процесе који имају за циљ остваривање и/или унапређивање пласмана бренда у различитим креативним пословним окружењима. Студенти ће научити који су елементи од значаја за постављање стратегија брендирања, кобрендирања, сагледаће и разумеће разлоге који доводе до формирања тзв.кишобран брендова унутар одређених компанија. Студенти ће бити у стању да систематизују компетенције које треба да има бренд менаџер у креативном бизнису, научиће да самостално креирају обрасце за теренско праћење активности развоја и пласмана свог бренда као и конкуренције.
Садржај предмета **Предавања** **1.**Увод у предмет. Основе бренд менаџмента у креативним индустријама. Бренд као пословни и маркетиншки концепт. 2.Улога брендова и вредност бренда. Вредност бренда заснована на купцу. Модели вредности бренда. 3.Маркетинг стратегије и филозофије бренд менаџмента. Управљање брендом у продајном окружењу. 4.Елементи бренда и критеријуми њиховог избора. Развој и заштита елемената бренда. 5.Холистичке маркетинг активности у брендирању. Свест о бренду, имиџ и интернализација бренда. 6.Персонализација и интеграција бренда. Позиционирање бренда на тржишту. 7.Управљање кључним клијентима. Анализа, селекција и сарадња са кључним купцима. 8.Колоквијум 9.Мерење и вредновање бренда. Ревизија и евиденција бренда. 10.Управљање вредношћу и јачање бренда. Снага бренда и зараде бренда. 11.Политика бренда у продаји и менаџменту продаје. Потрошачке заједнице брендова. 12.Глобално пословање брендова. Стратегије глобалне продаје и маркетиншка подршка. 13.Криза бренда и ревитализација. Стратегије брендирања и екстензије бренда. 14.Бренд портфолио. Диференцијација брендова и животни циклус бренда. 15.Корпоративно и Б2Б брендирање. Етика, контрола и ревизија бренда. **Вежбе** Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се примењују у анализи различитих

примера компанија, брендова и продајних кампања креативног пословања. Симулацијом, синтезом и моделовањем студенти креирају сопствене мини стратегије продаје, али и покрећу мање е-комерцијалне пројекте и виртуелне продајне компаније. Додатно, студенти симулирају израду бренд стратегија и тактика, уз њихово повезивање са адекватним маркетинг миксом.			
Литература **Основна литература** **Virijević Jovanović, Saša** (2016). *Brend menadžment*. Čigoja štampa, Beograd. **Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником**			
Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**	
Методе извођења наставе Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	**Завршни испит**	Поена
активност у току предавања	10	усмени испит	40
практичан рад	10		
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	20		

ТЕОРИЈА ФИЛМА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације
Врста и ниво студија: основне академске студије
Назив предмета: Теорија филма
Наставник: Олег Јекнић, Мило Лекић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов:/
Циљ предмета Циљ овог предмета је упознавање студената са кључним темама, појмовима и мислиоцима у области теорије филма, с аспекта социјалног, психолошког, филозофског и технолошког. Студенти стичу увид у историјски развој филмске естетике, различите теоријске приступе и критичке методе, што им омогућава дубље разумевање медија и припрема основу за даље истраживање и практичан рад.
Исход предмета: По завршетку предмета студент је оспособљен да примене различите теоријске приступе у анализи филма, да препозна и користи стандардне термине филмске теорије, као и да критички процењује филмске појаве. Студент ће такође бити упознат са историјским и савременим теоријским концептима, укључујући и њихов утицај и примере из развоја у Србији, и моћи ће да интегрише теоријска знања у сопствене аналитичке и истраживачке праксе.

Садржај предмета

1 Филм као визуелна и звучна представа
2 Шта је то кадар
3 Економско-технички фактори филма
4 Естетика и идеологија
5 Принцип монтаже
6 Емпиријски приступ. Андре Базен и филм транспарентности
7 Сергеј Ајзенштајн и филмска дијалектика
8 Филм и нарација. Појам филмског језика. Граматика филма
9 Кристијан Мец и семиологија филма. Филм као језик у ужем и ширем смислу. Појам кода у семиологији. Хетерогеност филмског језика. Специфични филмски кодови
10 Прича и дискурс. Појмови фабуле и сижеа
11 Текстуална анализа филма. Појам филмског текста. Појам текста у књижевној семиотици. Оригиналност и теоријски значај текстуалне анализе
12 Филм и његов гледалац. Услови представљачке илузије. Гледалац у филмологији. Филмски гледалац, „човек из маштве“. Нови приступ филмском гледаоцу
13 Филмски гледалац и идентификација са филмом
14 Тачка гледишта у филму
15 Перцептивна и наративна тачка гледишта

Литература:

а) Основна литература

Aumont, Jacques; Bergala, Alain; Marie, Michel; Vernet, Marc: *Estetika filma*, Clio, Beograd, 2006.

б) Допунска литература

Стојановић, Душан: *Филм као превазилажење језика*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1984.
Bordwell, David: *Naracija u filmu fikcije*, Филмски центар Србије, Београд.

в) Помоћна литература

Aumont, Jacques: *Teorije sineasta*, Clio, Beograd, 2006.

Број часова активне наставе: 3				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 1	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Предавање, презентације, коришћење мултимедија, студије случаја.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	20	усмени испит	40
колоквијум-и			
семинар-и	30		

МЕДИЈСКО ОГЛАШАВАЊЕ

Студијски програм : Креативне комуникације

Назив предмета: Медијско оглашавање

Наставник/наставници: Маја Вукадиновић, Марко Новаковић; сарадник: Санела Голубовић Корционе

Статус предмета: изборни

Број ЕСПБ: 6

Услов: нема

Циљ предмета

Циљ предмета Медијско оглашавање је да студенте упозна са основним концептима, теоријама и практичним аспектима медијског оглашавања, као и са начинима на које оглашавање утиче на потрошаче, медије и шире друштво.

Исход предмета

По завршетку овог предмета, студенти ће бити способни да разумеју и анализирају различите типове медијских огласа, примене стандарде и регулативе медијског оглашавања, као и да развију и примене иновативне стратегије оглашавања у различитим медијским каналима.

Садржај предмета

У оквиру предмета Медијско оглашавање, теоријска и практична настава су тесно повезане и допуњују се, с циљем да студентима пруже целовито образовање о медијском оглашавању и да им помогну да развију специфичне вештине потребне у овој области.

Предавања се фокусирају на пружање чврсте основе и разумевање кључних концепата, теорија и принципа који су у основи медијског оглашавања. Кроз предавања, студенти ће се упознати са историјом и развојем медијског оглашавања, различитим типовима огласа, структуром и функцијама медијске индустрије, и начинима на које медијско оглашавање утиче на потрошаче и друштво.

С друге стране, кроз вежбе студенти могу да примене теоријска знања у реалним ситуацијама и да стекну важне практичне вештине. Кроз различите вежбе, радионице и групне задатке, студенти ће имати прилику да анализирају конкретне медијске огласе, планирају и креирају медијске кампање, и мере њихов успех. Такође, студенти ће учествовати у студијама случаја и пројектима који ће им помоћи да разумеју и примене различите аспекте медијског оглашавања у пракси.

Предавања:

1. Увод у медијско оглашавање
2. Историја и развој медијског оглашавања
3. Теорије медијског оглашавања
4. Типови медијских огласа
5. Структура и функције медијске индустрије оглашавања
6. Планирање и креирање медијских кампања
7. Мерење успеха медијског оглашавања
8. Етика и регулатива медијског оглашавања
9. Оглашавање на интернету и друштвеним мрежама
10. Мобилно оглашавање и локациони маркетинг
11. Нативно оглашавање и спонзорисани садржај
12. Вирално маркетинг и инфлуенсер маркетинг
13. Трендови и будућност медијског оглашавања

Вежбе:

1. Анализа медијских огласа и креативних концепата
2. Израда плана медијског оглашавања
3. Разумевање и примена стандарда и регулативе у оглашавању
4. Креирање и анализа огласа за штампане медије
5. Креирање и анализа радио и телевизијских огласа
6. Креирање и анализа огласа на интернету и друштвеним мрежама
7. Разумевање и примена мобилног оглашавања и локационог маркетинга
8. Рад са нативним оглашавањем и спонзорисаним садржајем
9. Планирање и анализа виралних маркетинг кампања и инфлуенсер маркетинга
10. Мерење успеха медијских кампања и анализа резултата
11. Разумевање трендова и будућности медијског оглашавања
12. Развој и презентација индивидуалних и групних пројеката
13. Студије случаја и анализа успешних медијских кампања

Литература

Котлер, Ф.; Келер, К. (2017). *Маркетинг менаџмент*. Београд: Економски факултет.Група аутора, (2023). Медијско оглашавање, скрипта, Факултет савремених уметности у Београду.

Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе

Настава се изводи кроз комбинацију предавања, интерактивних дискусија, анализе студија случаја и групних вежби. Студенти се подстичу да активно учествују у дискусијама и да примењују стечена знања на реалне примере и ситуације. Такође, у оквиру практичне наставе студенти ће имати прилику да раде на индивидуалним и групним пројектима који се односе на различите аспекте медијског оглашавања, а који ће им помоћи да стекну практична искуства и вештине.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	**10**	писмени испит	**30**
практичан рад	**10**	усмени испит	
колоквијум-и	**50**	.....	
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 2 странице А4 формата

ПРОДУКЦИЈА-ФИЛМ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : Креативне комуникације

Врста и ниво студија: Основне академске

Назив предмета: Продукција-филм

Наставник : Тијана Поповић

Статус предмета: обавезни

Број ЕСПБ: 6

Услов:

Циљ предмета је да студенте детаљно упозна са развојем, структурама и начинима организације филмске продукције у Србији и свету, од настанка филма до савремене дигиталне ере. Посебан акценат ставља се на разумевање филма као индустријског производа, културног артефакта и средства масовне комуникације.

Исход предмета Након успешно завршеног предмета, студент ће бити оспособљен да: активно учествује у раду филмских екипа и продукцијских кућа, разуме и примени основне принципе организације филмског процеса, од развоја идеје до постпродукције; препозна и анализира основне елементе филмског израза и процени њихов значај за конкретне продукцијске одлуке; идентификује техничке, уметничке и логистичке потребе продукције и прилагоди их различитим типовима пројеката;

Садржај предмета

Предавања

1.Увод у филмску продукцију, основни појмови, филм као индустрија и медиј.
2.Почеци филма и рани продукцијски модели.
3.Развој европске и холивудске филмске индустрије
4.Развој филма у Србији и на Балкану.
5.Филм као средство масовне комуникације и утицај на публику.
6.Техничке основе филма: камера, светло, звук.
7.Основе филмског израза и естетике.
8.Фазе продукције: пре-продукција, продукција, постпродукција.
9.Кључне улоге у филмској екипи.
10.Основе буџетирања и финансирања филма.
11.Организација снимања и логистика.
12.Савремена дигитална продукција и нови формати.
13.Правни и етички аспекти продукције.
14.Консултације и израда семинарског рада.
15.Презентације семинарских радова.

Вежбе:

Продукционе анализе садржаја

Литература

Основна:

Peter Bahlin**:** *Film kao roba*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2002.
Сретен Јовановић: *Основи филмске продукције*, Београд, 2003.
Jean-Pierre Geuens: *Film Production Theory*, State University of New York Press, New York, 2002.

Број часова активне наставе 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе

Теоријска настава, групни рад студената на одређеним темама, приказивање одломака из изабраних филмова ради илустрације теоријских и практичних питања из разних наставних области.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена**	Завршни испит	*поена*
Присуство на настави	20		
Вежбе (активност, самосталност и креативност у току израда задатка)	**20**	усмени испит 40	
		.....	
семинар-и	20		

РЕЖИЈА-МЕДИЈИ

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Режија-медији
Наставник: Олег Јекнић; сарадници: Милица Стојковић, Марија Милосављевић, Драгана Грујичић
Статус предмета: Обавезан
Број ЕСПБ:5
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну основна знања из телевизијске и медијске режије, да разумеју телевизију као медиј и као праксу, као и да савладају основе језика медија, естетике, технологије и режијских поступака. Кроз теорију и практичне вежбе, студенти развијају способност креативне примене стечених знања у различитим медијским форматима.
Исход предмета Након завршеног предмета студент ће бити оспособљен да разуме структуру и карактеристике телевизије и других медија, да примењује основне режијске елементе у креирању различитих телевизијских и дигиталних формата, да анализира медијске жанрове и да самостално осмисли и реализује мањи медијски пројекат.
Садржај предмета *Предавања:* 1.Увод у телевизију, медије и аудиовизуелне системе. 2.Основни телевизијски жанрови и формати. 3.Структура телевизијског програма и медијских уредничких модела. 4.Естетика медија: принципи визуелног обликовања. 5.Језик медија: кадар, ракурс, покрет, визуелни ритам. 6.Основе снимања: техника камере, звук, светло. 7.Технологија медија и дигиталне платформе. 8.Основе телевизијске режије: планирање, сценарио, раздвајање сцена. 9.Режија студијских формата: вести, разговорне емисије, интервју. 10.Режија динамичних формата: репортажа, прилог, документарни сегмент.

11.Естетика мултимедијалне режије: ТВ – видео – дигитални медији.

12.Редитељска поетика: стил, приступ, ауторски приступ у медијима.

13.Креирање медијских садржаја покретних слика – припрема за пројекат.

14.Практичне вежбе режије различитих медијских форми.

15.Завршне презентације студентских медијских пројеката.

Вежбе

Израда примењених медијских пројеката.Вежбе режије различитих телевизијских облика.Креирање медијских садржаја покретних слика.

Литература

Maršal Makluan: *Poznavanje opštila – čovekovih produžetaka*, Просвета, Београд, 1971.

Dejvid Mek Kvin *Televizija*, Clio, Beograd, 2000.

Радослав Лазић: *Естетика ТВ режије*, РТС – Телевизија Београд, Београд, 1994.

Мома Мартиновић: *Режија програма уживо*, РТС, Београд, 2004.

Група аутора: *Лексикон филмских и телевизијских појмова*, Научна књига; ФДУ, Београд (CD-ROM), 1997.
Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 4	**Предавања:** 2	**Вежбе:** 2

Методе извођења наставе:Предавања, вежбе, анализа садржаја

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	20	писмени испит	/
практичан рад	20	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

ПОСЛОВНА ЕТИКА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације

Назив предмета: Пословна етика

Наставник: Алекса Брежановић, Љиљана Манић, Марко Новаковић; сарадници:Јована Јелић, Јована Вучковић, Јован Весковић

Статус предмета: обавезни

Број ЕСПБ: 7

Услов: /

Циљ предмета

Упознавање студената са основним аспектима, областима примене и нивоима пословно етичке анализе; етичко сензибилизовање, унапређивање етичке свести и способности етичког расуђивања, стимулисање етичке мотивације и воље као и одговорног понашања у име стабилног, уравнотеженог развоја и дугорочног успеха организације и појединаца.

Исход предмета

Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да препозна и анализира моралне димензије пословног одлучивања, да користи појмовну апаратуру и инструменте критичке анализе у

идентификовању и решавању етичких питања и дилема унутар пословних организација, у односима између организација и њихових клијената и стејкхолдера, као и у односу према ширем друштвеном и природном окружењу. Студент ће такође бити оспособљен да примењује практичне смернице за развој, спровођење и унапређивање индивидуалне и колективне етичке културе и професионалних стандарда у пракси.
Садржај предмета **Предавања** 1.Увод и појмовна одређења морала и етике;2. Природа етичке аргументације и главни етички правци; 3.Настанак и развој пословне етике, однос између бизниса и морала; 4.Друштвена одговорност бизниса и теорија стејкхолдера; 5.Професије и бизнис:етички кодекси; 6.Морално узбуњивање: конфликт етичких начела; 7.Етика у производњи, маркетингу, оглашавању и продаји; 8.Етика у књиговодству и финансијама; 9.Компјутерска или информациона етика; 10.Пословне тајне и заштита интелектуалне својине; 11.Пословна етика и заштита животне средин;.12. Помирење моралних норми у међународном пословању;13..Поверење у пословним односима; 14.Практични предлози за примену пословне етике у организацијама.15.Колоквијум; **Вежбе** Теоријска и практична упознавања са одреживањем појмова морала и етике. Анализа друштвене одговорности бизниса и теорија стејкхолдера. Анализа компјутерске и информационе етике.
Литература **Основна литература** *1.De George, R. T. (2003). Poslovna etika. Филип Вишњић, Београд.* *2.Жељко Вучковић (2006). Бизнис и морал – Основи пословне етике. Цеком, Нови Сад.***Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником**

Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе Предавања, студије случаја, семинарски радови, дебате, упитници, колоквијум
Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена	**Завршни испит**	Поена
активност у току предавања	10	усмени испит	40
практичан рад	10		
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	20		

МОНТАЖА И ПОСТПРОДУКЦИЈА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Монтажа и постпродукција
Наставник: Давор Босанкић, Предраг Пауновић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ:6
Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета је упознавање са основама процеса монтаже различитих аудио-визуелних садржаја, као и разумевање његове позиције у оквиру ланца целокупне продукције аудио-визуелног дела. Учење неопходних алата за рад у постпродукцији и стицање способности креативне примене стечених знања.

Исход предмета

По завршетку наставе из предмета, од студента се очекује да влада основним алатима монтаже и да је оспособљен за самостални рад на једноставнијим аудио-визуелним формама.

Садржај предмета

Предавања

1.Увод у предмет. Преглед процеса монтаже и постпродукције. Улога монтажера у аудио-визуелном стваралаштву.

2.Аудио-визуелни садржаји: информативни, документарни и играни формати. Специфичности приступа монтажи.

3.Основни елементи филмског језика: кадар, план, покрет и континуитет.

4.Рез као основно средство монтаже. Типови резова и њихова наративна функција.

5.Ритам и темпо у монтажи. Утицај монтаже на доживљај садржаја.

6.Оса акције и просторна оријентација. Континуитет и дисконтинуитет.

7.Монтажа као средство креирања значења. Драматургија у монтажи.

8.Специфичности монтаже различитих жанрова и форми. Примери из праксе.

9.Транзиције и визуелни ефекти – значење, употреба и ограничења.

10.Рад са форматима, резолуцијама и конверзијама. Технички аспекти монтаже.

11.Основе обраде звука у постпродукцији. Синхронизација, чишћење и баланс тона.

12.Музика и звучни дизајн у монтажи. Улога звука у наративу.

13.Основе колор корекције и колор градинга. Визуелна конзистентност.

14.Финализација пројекта. Испорука готовог производа и технички стандарди.

15.Преглед комплетног постпродукционог процеса. Анализа радова и закључци.

Вежбе

Кроз групни и индивидуални приступ се стечена теоријска знања демонстрирају на конкретном материјалу, уз ангажовање студената да кроз примере уоче различите резултате монтажних одлука, као и да савладају основне алате за рад, превасходно знања за руковање одређеним софтверима за монтажу. Коначни резултат практичне наставе је индивидуална вежба сваког студента, која показује да је студент овладао знањима да у постпродукцији самостално креира комплетан садржај.

Литература

Марко Бабац: *Језик монтаже покретних слика*, Академија уметности, Нови Сад, 2000.
Jerzy Płażewski: *Jezik filma* I–II, Institut za film, Beograd, 1971–1972.
Марко Бабац; Рихард Клајн: *Ново лице телевизије*, ФДУ, Београд, 2000.
Група аутора: *Лексикон филмских и телевизијских појмова* I–II, Научна књига; Универзитет уметности, Београд, 1993–1997.
Daniel Arijon: *Gramatika filmskog jezika*, Група за филмску и телевизијску монтажу, Београд, 1983.
Dejvid Mek Kvin: *Televizija*, Clio, Beograd, 2000.Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе

Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа

и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

МУЗИЧКО УРЕЂИВАЊЕ

Студијски програм : Креативне комуникације

Назив предмета: Музичко уређивање

Наставник: Александра Паладин, Силвана Грујић, Давор Босанкић, Анђела Новаковић Рајић

Статус предмета: изборни

Број ЕСПБ:6

Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета је да студенти стекну знања о начинима музичког уређивања у различитим типовима емисија, од немузичких до специјализованих музичких програма, и да примене систематизоване поступке и искуства у сопственом истраживању и практичном раду.

Исход предмета

Након завршеног предмета, студент ће бити оспособљен да: препознаје и сагледава различите поступке музичког уређивања;креативно примењује принципе музичке сарадње у немузичким и музичким емисијама; анализира и валоризује музичке поступке у различитим медијским форматима;самостално реализује музичко уређивање у конкретним медијским пројектима.

Садржај предмета

Предавања

1. Увод у музичко уређивање и основни појмови.
2. Класификација медијских облика музике.
3. Основна подела на музичке и немузичке емисије.
4. Музичка сарадња у немузичким емисијама.
5. Начини третмана музике у музичким емисијама.
6. Типови музичких емисија у телевизији.
7. Типови музичких емисија у радију.
8. Типови музичких емисија на дигиталним платформама.
9. Примена поступака музичког уређивања у пракси.

10. Анализа музичких решења у конкретним емисијама.
11. Вредновање музичког садржаја и креативни приступ.
12. Технички аспекти музичког уређивања.
13. Планирање и припрема музичког уређивања за емисију.
14. Практична реализација музичког уређивања у студентским пројектима.
15. Презентација и дискусија студентских радова.

Вежбе

Анализа и валоризација поступака у области музичког уређивања и практична примена стеченог знања на конкретним примерима.

Литература

Мек Квин, Дејвид: *Телевизија*, Клио, Београд, 2000.

Проданов Крајишник, Ира и сарадници: *Музика и медији*, Академија уметности Нови Сад, Нови Сад, 2013.

Варткес, Баронијан: *Музика као примењена уметност*, Универзитет уметности у Београду, Београд, 1981.

Николајевић, Снежана: *Екран српске музике*, РТС, Београд, 2003.

Николајевић, Снежана: *Музика и телевизија - умеће и/или уметност,* ФИЛУМ, Крагујевац, 2015.

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником.

Број часова активне наставе: 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практичан рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена 60	**Завршни испит**	поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	10	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	20		

ОНЛАЈН МЕДИЈИ-ПУБЛИКА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: ОН-ЛАЈН МЕДИЈИ-ПУБЛИКА
Наставник:Маја Вукадиновић, Марко Новаковић, Никола Пејовић; сарадник: Александра Караџић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ:6
Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета је да студенти стекну знања о филозофији и специфичностима он-лајн медија и друштвених мрежа, са фокусом на врсте садржаја и публику којој се обраћају. Студенти се упознају са анализом он-лајн публике, мапирањем њених потреба, као и креирањем стратегија, тактика и садржаја за ефективан дигитални дијалог.

Исход предмета

Након завршеног предмета, студент ће бити оспособљен да:разуме механизме дефинисања циљних група у он-лајн комуникацији; креира једноставне стратегије и тактике за интеракцију са дигиталном публиком; анализира и мапира потребе он-лајн публике; примењује основе рил-тајм маркетинга и управљања кризним ситуацијама у дигиталним медијима; предвиђа и процењује ризике комуникације на он-лајн каналима.

Садржај предмета

Предавања

1. Увод у он-лајн медије и филозофија дигиталне комуникације.
2. Типови он-лајн медија и друштвених мрежа.
3. Основни концепти он-лајн публике и циљних група.
4. Мапирање потреба и интереса публике.
5. Креирање дигиталног садржаја за различите платформе.
6. Тактике интеракције са публиком и ангажовање корисника.
7. Основе рил-тајм маркетинга у он-лајн медијима.
8. Кризне комуникације у дигиталним каналима.
9. Процена ризика у он-лајн комуникацији.
10. Основе стратегијског планирања за дигиталне медије.
11. Примена стратегија и тактика на конкретним примерима.
12. Анализа успешних кампања и студије случаја.
13. Метрике и мерење ефективности он-лајн комуникације.
14. Практичан рад: припрема и презентација дигиталне стратегије.
15. Завршна дискусија и критичка рефлексија студената.

Вежбе

Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се демонстрирају на конкретном материјалу и оквиру студија случаја, уз ангажовање студената да кроз примере уоче различите категорије он-лајн публике, њихових потреба и начина вођења сврсисходних комуникација, базираних на адекватним садржајима. Кроз симулације сценарија комуникације и примере кризне комуникације, студенти се практично оспособљавају за вођење дигиталних канала и медија. Коначан резултат практичне наставе је индивидуална вежба сваког студента, која показује спремност и оспособљеност студента да креира стратегију дигиталне комуникације, те предлаже и води он-лајн кампање.

Литература

Основна литература

Душан Стојаковић: *Интернет маркетинг и позоришна публика у Србији*, Задужбина Андрејевић, Београд, 2018.
Tijana Mandić: *Komunikologija*, Clio, Beograd, 2003.
Група аутора: *Књига сажетака – Утицај медија*, Библиотека Матице српске, Нови Сад, 2013.
Анка М. Михајлов Прокоповић: *Трансформација традиционалних медија у новом технолошком окружењу*, Факултет политичких наука, Београд, 2016.
Велимир Ћургус Казимир: *О медијској писмености*, Ebart – Медијски архив, Београд, 2011.

Допунска литература

Ashlee Vance: *Ilon Mask: Tesla, SpaceX i potraga za fantastičnom budućnošću*, Laguna, Beograd, 2017. Chip Heath; Dan Heath: *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*, Random House, New York, 2007. Kristina Huzak: *Utjecaj masovnih medija na medijsku publiku*, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2015.			
Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе:2**	
Методе извођења наставе Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

ПРОДУКЦИЈА-МЕДИЈИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : Креативне комуникације
Назив предмета: Продукција-медији
Наставник : Тијана Поповић
Статус предмета: обавезан
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
Циљ предмета је да студенти стекну знања о развоју и организацији медијске продукције у Србији и свету, да разумеју медије као индустрију и средство масовне комуникације, као и да савладају основне принципе планирања и реализације различитих медијских форми.
Исход предмета након завршеног предмета студент ће бити оспособљен да: учествује у раду телевизијских екипа и продукцијских кућа на пројектима различите сложености, од музичких спотова и реклама до емисија, шоу програма, серија и филмова; препознаје основне карактеристике медијског израза и разуме њихову примену у продукцији; планира и реализује практичне медијске пројекте у складу са професионалним стандардима; анализира, вреднује и примењује техничке, психолошке, естетичке и социолошке аспекте медијских садржаја.
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у медијску продукцију: основни појмови и структуре. 2. Телевизија као индустријски производ. 3. Медији као средство масовне комуникације. 4. Уметност и привредна делатност у медијима. 5. Техничке основе продукције медијских садржаја.

6. Психолошки аспекти медијских садржаја.
7. Естетика медија и визуелни израз.
8. Социолошке особине медијских садржаја.
9. Основне фазе продукције: пре-продукција, продукција, постпродукција.
10. Вежбе продукције: музички спотови и реклама.
11. Вежбе продукције: емисије и шоу програми.
12- Вежбе продукције: телевизијске серије и филмови.
13. Студијски истраживачки рад у медијској продукцији.
14. Семинарски рад: припрема и презентација пројекта.
15. Завршна дискусија и критичка анализа студентских радова.

Вежбе:
Продукционе анализе медијских садржаја

Литература
Основна:
Stanko Crnobrnja: *Estetika televizije i novih medija*, Clio, Beograd, 2010.
Предраг Кајганић: *ТВ продукција 1*, Београд, 2010.
Предраг Кајганић: *ТВ продукција 2*, Београд, 2010.

Број часова активне наставе 4				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе
Теоријска настава, групни рад студената на одређеним темама, приказивање одломака из изабраних филмова ради илустрације теоријских и практичних питања из разних наставних области.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	**поена**	Завршни испит	*поена*
Присуство на настави	20		
Вежбе (активност, самосталност и креативност у току израда задатка)	**20**	усмени испит 40	
		.....	
семинар-и	20		

МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ У МЕДИЈИМА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм : Креативне комуникације
Назив предмета: Менаџмент и маркетинг у медијима
Наставник: Милена Илић, Невенка Поповић Шевић, Давор Босанкић; сарадници: Ана Вукан, Елена Ђокић

Статус предмета: обавезан

Број ЕСПБ:6

Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета је да студенти стекну основна знања о менаџменту и маркетингу у медијима, да разумеју управљање медијским пројектима и продукцијом, и да савладају основе медијског маркетинга, укључујући примену у промоцији медија и медијских садржаја кроз савремене дигиталне канале и нове медије.

Исход предмета

Након завршеног предмета студент ће бити оспособљен да: влада основним концептима менаџмента и маркетинга у медијима;самостално управља једноставнијим медијским пројектима; примењује технике рационалног, ефикасног и ефективног управљања ресурсима и процесима у медијској продукцији; креира и реализује маркетиншке стратегије за медијске садржаје и пројекте у складу са потребама публике и медијског тржишта.

Садржај предмета

Предавања:

1. Увод у менаџмент и маркетинг у медијима.
2. Историја развоја медија и њихова улога у друштву.
3. Основе менаџмента у медијима: концепти и технике.
4. Управљање ресурсима и процесима у медијској продукцији.
5. Организација медијских пројеката и продукције.
6. Основе медијског маркетинга: концепти и приступи.
7. Маркетинг медијских садржаја: стратегије и алати.
8. Дигитални маркетинг и нови медији.
9. Анализа медијског тржишта и потреба публике.
10. План и реализација промотивних активности.
11. Практични примери успешних медијских кампања.
12. Пројектно планирање и праћење продукције.
13. Ефикасно и сврсисходно управљање медијским процесима.
14. Студијски рад: израда једноставног медијског пројекта.
15. Завршна презентација и дискусија студентских радова.

Вежбе:

Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се примењују у анализи различитих примера медијских кампања и садржаја, уз извођење закључака о њиховим позитивним и негативним аспектима, али и потенцијалним унапређењима. Кроз студије случаја, студенти практично овладавају основним познавањем медијског маркетинга. Током наставе, организују се две посете различитим медијским кућама, које су различите по својој програмској оријентацији, улози али и власничкој структури и студенти се у реалном окружењу практично познају са основама менаџмента у медијима.

Литература

др Драган Никодијевић, Менаџмент масовних медија, Чигоја, 2010.
Ričard Kuk, *Evropski mediji u digitalnom dobu*, Clio, Beograd, 2011.
Asa Brigs, Piter Berk, *Društvena istorija medija*, Clio, Beograd, 2006.
Edvard S.Hermen, Robert M.Mekčesni, *Globalni mediji*, Clio, Beograd, 2004.
Džozef Tjurou, *Mediji danas II – Uvod u masovne komunikacije*, Clio, Beograd, 2013.
др Дивна Вуксановић, ФИЛОЗОФИЈА МЕДИЈА 3, Чигоја, 2017.
Dejvid Mek Kvin: *Televizija*, Clio, Beograd, 2000.

Додатна литература: др Душан Стојаковић, ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ И ПОЗОРИШНА ПУБЛИКА У СРБИЈИ, Задужбина Андрејевић, 2018			
Број часова активне наставе 3	**Предавања: 2**	**Вежбе: 1**	
Методе извођења наставе Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

ДИЗАЈН ЗВУКА И ПОТПРОДУКЦИЈА ПОПУЛАРНЕ МУЗИКЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Дизајн звука и постпродукција популарне музике
Наставник: Владимир Живковић; сарадници: Андреа Лешевић, Александар Савић, Петра Рдосављевић, Иван Павличић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 8
Услов:/
Циљ предмета Циљ предмета је стицање свеобухватних теоријских и практичних знања у области монтаже, миксовања и постпродукције популарне музике. Студенти се упознају са напредним техникама обраде вишеканалних снимака, балансирањем, еквилајзацијом, динамичком и просторном обрадом, аутоматизацијом микса, припремом микса за мастеринг и основама мастеринга. Посебан акценат је на финализацији аудио материјала, примени loudness стандарда и припреми финалних master фајлова за радио, телевизију, streaming и дигиталне платформе.
Исход предмета По завршетку наставе, студенти су оспособљени за самостално и групно креирање и обраду звука у популарној музици. Они могу да анализирају и тумаче аудио елементе различитих жанрова, примењују технике монтаже, миксовања и постпродукције и креирају завршну звучну слику у складу са креативним и техничким захтевима пројекта. Студент је оспособљен да самостално реализује процес монтаже, миксовања и основног мастеринга музичког материјала и припреми финални аудио запис за различите медијске платформе.
Садржај предмета *Предавања*

1.Увод у дизајн звука и постпродукцију популарне музике.
2.Основне структуре и састави популарне музике.
3.Основни елементи звучне слике у популарним жанровима.
4.Монтажа вишеканалних снимака
5.Напредне технике миксовања
6.Баланс, EQ, компресија
7.Просторна обрада (реверб, delay)
8.Аутоматизација микса
9.Припрема микса за мастеринг
10.Основе мастеринга
11.Loudness стандарди за streaming, радио и ТВ
12.Финални мастер и различити формати испоруке
13.Анализа и критичка процена снимака и постпродукције.
14. Финализација аудио материјала – мастеринг, loudness стандарди (EBU R128, streaming платформе), припрема master фајлова за радио, телевизију и дигиталне платформе.
15.Завршни пројекат – самостална реализација дизајна звука и постпродукције популарне музике.

Вежбе

Анализа звучне слике. Монтажа. Миксовање. Дизајн звука. Постпродукција. Основни поступци мастеринга. Анализа и финализација аудио материјала.Анализа звучне слике. Монтажа. Миксовање. Дизајн звука. Постпродукција. Анализа снимљеног материјала.

Литература

Гордић, Љ; Маљковић, З: Стереофонија – теорија и пракса, РТС, Београд, 2016.

David Miles Huber,Robert E. Runstein,Moodern Recording Tehnique, Focal Press, USA, 2005.
Bartlett, B: Stereo Microphone Techniques. Focal Pres 1991.
Eargle, J: The Microphone Book. Focal Pres 2005
Мијић, М: Аудио системи, Академска мисао, Београд, 2011.

Број часова активне наставе 4	**Предавања:2**	**Вежбе:2**

Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практични рад студената, семинарски рад.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	15	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	15		

УПРАВЉАЊЕ ФИНАНСИЈАМА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Креативне комуникације				
Назив предмета: Управљање финансијама				
Наставник Милан Вукасовић, Јелена Радновић Вукчевић				
Статус предмета: Обавезан				
Број ЕСПБ:3				
Услов: /				
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну основна и практична знања о финансијском менаџменту и управљачком рачуноводству, науче да анализирају финансијске извештаје, планирају и контролишу финансијске токове предузећа и доносе релевантне финансијске одлуке у различитим организационим и економским контекстима.				
Исход предмета Након завршеног предмета студент ће бити оспособљен да: управља финансијама организације у складу са менаџерским принципима; анализира финансијске извештаје и извештаје управљачког рачуноводства; доноси релевантне финансијске одлуке на основу анализе података; планира и контролише финансијске токове и обртна средства.				
Садржај предмета *Предавања:* 1. Увод у финансијски менаџмент и основне категорије. 2. Финансијска функција у предузећу: циљеви и задаци. 3. Финансијска тржишта и учесници на тржишту. 4. Институционално и привредно окружење финансијског пословања. 5. Политика инвестирања у организацији. 6. Политика финансирања и структуре капитала. 7. Финансијско планирање и буџетирање. 8. Основи управљачког рачуноводства. 9. Финансијска анализа и показатељи. 10. Анализа ликвидности и обртних средстава. 11. Анализа рентабилности и солвентности. 12. Финансијско извештавање и интерпретација података. 13. Доношење финансијских одлука у пракси. 14. Практичан рад: анализа финансијских извештаја конкретног предузећа. 15. Завршна дискусија и презентација студентских извештаја.				
Литература Хасиба Хрустић, „Финансијски менаџмент и управљачко рачуноводство“, Факултет за правне и пословне студије, Нови Сад 2006 Невенка Жаркић Јоксимовић, „Управљање финансијама – основе и принципи“, ФОН, Београд 2007				
Број часова активне наставе: 2				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 0	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе				

Настава се изводи кроз предавања, вежбе и консултације. Студенти се активно укључују у наставни процес кроз разговор, вежбе, израду домаћих задатака.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена 60**	Завршни испит	*поена 40*
активност у току предавања	10	писмени испит	20
практичан рад	10	усмени испит	20
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	20		

ПРЕДМЕТ ЗАВРШНОГ РАДА

Т 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм : ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Предмет завршног рада
Наставник: Ментор
Статус предмета: Обавезни
Број ЕСПБ: 2
Услов: /
Циљ предмета: Циљ предмета Предмет завршног рада је да студент, уз менторску подршку, дефинише тему и концептуални оквир свог завршног рада, као и да јасно позиционира свој пројекат у пољу креативне комуникације. Предмет има за циљ да студентима омогући сагледавање различитих области и приступа у оквиру креативних индустрија – медија, комуникације, аудио-визуелне и музичке продукције – како би на основу тога развили аутентичну, одрживу и смислену идеју завршног рада.
Исход предмета Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да самостално формулише тему и концепт свог завршног рада, да јасно дефинише циљеве, методе и медијски приступ пројекту, као и да своју идеју позиционира у ширем контексту креативне комуникације. Студент ће бити способан да повезује теоријска сазнања са практичним и ауторским радом, као и да образложи значај и релевантност свог завршног пројекта.
Садржај предмета ● Упознавање са структуром и захтевима завршног рада ● Представљање области и формата завршних радова у креативној комуникацији ● Развој идеје и избор теме завршног рада ● Дефинисање концептуалног и комуникацијског оквира пројекта ● Анализа примера добре праксе из области медија, комуникације и креативних индустрија ● Индивидуални и групни менторски разговори ● Формулисање циљева, публике и поруке завршног рада ● Избор медијских и изражајних средстава (аудио, видео, мултимедија, звук) ● Повезивање теоријских увида са практичном реализацијом ● Презентација концепта завршног рада и критичка дискусија
Литература

По избору студената и сугестије професора у зависности од теме. Препорука: препоручена литература за предмете на овом студијском програму.			
Број часова активне наставе	**Теоријска настава:**	**Практична настава:**	
Методе извођења наставе Менторски рад у праћењу студентског истраживачког рада, заснованог на његовим почетним поставкама и идејама. Презентација и корекција идеја.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Истраживачки део завршног рада се не оцењује посебно. Коначна оцена формира се након израде и одбране Завршног рада			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

ОНЛАЈН МЕДИЈИ ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: ОН-ЛАЈН МЕДИЈИ-ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ
Наставник: Марко Симовић, Љиљана Манић, сарадник: Александра Караџић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ:5
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање са филозофијом и феноменом друштвених мрежа, њиховом улогом као медија и канала у савременим комуникацијама, као и начинима ефикасног управљања наступом на друштвеним мрежама. Савладавање основних стратегија и тактика за сврсисходну и правовремену употребу друштвених мрежа у пословне сврхе, кроз адекватан развој ПР-а и изградњу или унапређење персоналне или бренд репутације. Посебан фокус на препознавању потреба и развоју укључености публике на друштвеним мрежама, те креирању квалитетног садржаја у складу са тим.
Исход предмета Након завршеног предмета студент ће бити оспособљен да: разуме начин функционисања друштвених мрежа и њихову примену у пословним комуникацијама; самостално креира и имплементира једноставне дигиталне стратегије; препозна потребе публике и развија ангажовање кроз квалитетан онлајн садржај;примењује мере и аналитичке алате за праћење успеха комуникације на друштвеним мрежама.
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у друштвене мреже и њихову филозофију.

2. Улога друштвених мрежа у савременим комуникацијама.
3. Преглед главних друштвених мрежа: Фејсбук, Инстаграм, Твитер.
4. Друге платформе: Јутјуб, Линкдин, Снепчет, Пинтерест, Вера.
5. Специфичности и циљне групе појединачних мрежа.
6. Онлајн комуникација и креирање дигиталног садржаја.
7. Основе дигиталног маркетинг микса.
8. Правовремено и адекватно комуницирање на мрежама.
9. Основе мерења и аналитике друштвених мрежа.
10. Креирање једноставних стратегија за пословне сврхе.
11. Практичне вежбе: садржај за различите мреже.
12. Практичне вежбе: развој ангажовања и публике.
13. Примена аналитичких алата и праћење ефективности.
14. Студијски рад: израда једноставне дигиталне кампање.
15. Завршна презентација и дискусија студената.

Вежбе

Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се демонстрирају на конкретним примерима одређивања онлајн публике и креирања одговарајућег садржаја за онлајн комуникацију са препознатом публиком. Такође, студенти савладавају процес креирања дигиталног маркетинг микса, кроз израду различитих сценарија онлајн комуникације са жељеним јавностима употребом једне или више друштвених мрежа. Практична настава обухвата и креирање једноставнијих дигиталних стратегије, базираних на друштвеним мрежама. Мерљивост и аналитика на друштвеним мрежама анализирају се кроз практичне примере кампања на друштвеним мрежама.

Литература

др Душан Стојаковић, ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ И ПОЗОРИШНА ПУБЛИКА У СРБИЈИ, Задужбина Андрејевић, 2018.
др Иван Бауер, ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГ, Завод за уџбенике, 2013.
Наташа Крстић, ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГ: ПОЈМОВНИК, Факултет за медије и комуникације, 2015.
Džozef Tjurou *Mediji danas II – Uvod u masovne komunikacije*, Clio, Beograd, 2013.
др Дивна Вуксановић, ФИЛОЗОФИЈА МЕДИЈА 3, Чигоја, 2017.
Lazar Džamić**:** *Advertising Page*, Aletea, Beograd, 2017.
Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе 3	**Предавања: 2**	**Вежбе: 1**

Методе извођења наставе

Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

ВИЗУЕЛИЗАЦИЈА ПОПУЛАРНЕ МУЗИКЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм : Креативне комуникације
Назив предмета: Визуелизација популарне музике
Наставник: Душан Ивановић, Владимир Живковић, Владимир Јочић, Ружица Бајић Синкевић, Јелена Келеува
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 5
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну дубље разумевање начина на који се популарна музика визуелизује у различитим медијским форматима, од кратких форми до сложених продукција. Студенти ће се упознати са специфичностима жанрова и медијских платформи, као и са принципима креирања визуелног садржаја који прати и унапређује музичку продукцију. Поред теоријског знања, предмет развија способности анализе, критичког тумачења постојећих формата и примену наученог у пракси.
Исход предмета По завршетку предмета, студенти ће бити оспособљени за препознавање и класификацију различитих визуелних формата у популарној музици, као и за самосталан и тимски креативни рад на пројектима. Биће способни да анализирају музичке жанрове и медијске форме, да примењују научене принципе визуелизације у медијским продукцијама и да креирају визуелни садржај који адекватно прати музичке програме у различитим форматима.
Садржај предмета *Предавања* 1. Увод у визуелизацију популарне музике. 2. Историја музичких спотова и визуелних форми у медијима. 3. Подела визуелних формата по облику и функцији. 4. Диференцијација музичких жанрова и специфичности визуелизације. 5. Видео спотови – анализа и примена. 6. Студијска музичка нумера – визуелна презентација. 7. Студијске музичке емисије – униформни и мешовити жанрови. 8. Снимци концерата и шоу програма – принципи визуелизације. 9. Талент шоу формати и директни преноси. 10. Новогодишњи и специјални музички програми. 11. Анализа постојећих медијских примера. 12. Примена стеченог знања на практичним пројектима. 13. Тимски рад на визуелизацији музичких пројеката. 14. Дизајн концепта и креирање визуелног материјала. 15. Преглед и презентација радова студената, дискусија и критика. *Вежбе* Анализа примера. Практичан рад на пројектима из примену стеченог знања.
Литература Baronian, Vartkes: *Muzika kao primenjena umetnost*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Beograd, 1981.

Daglas Kelner: *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004. Ronald Lorimer: *Masovne komunikacije*, Clio, Beograd, 1998. Dejvid Mek Kvin: *Televizija*, Clio, Beograd, 2000. Николајевић, Снежана: *Екран српске музике*, РТС, Београд, 2003. Николајевић, Снежана: *Музика и телевизија – умеће и/или уметност*, ФИЛУМ, Крагујевац, 2015. Miller, Toby: "Introduction", у: *Television – Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, London, New York, 2003. Проданов Крајишник, Ира и сарадници: *Музика и медији*, Академија уметности, Нови Сад, 2013. Džon Fisk: *Popularna kultura*, Clio, Beograd, 2001. Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником.			
Број часова активне наставе 3	**Предавања: 2**	**Вежбе: 1**	
Методе извођења наставе Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практичан рад студената, семинарски рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена 60	**Завршни испит**	поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	10	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	20		

ПРИМЕЊЕНИ МЕДИЈИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне студије
Назив предмета: Примењени медији
Наставник: Тијана Поповић; сарадници:Александра Караџић, Дејан Лукић
Статус предмета: Обавезан
Број ЕСПБ: 6
Услов:
Циљ предмета: Циљ предмета Примењени медији је развијање способности студената да медијска средства и технологије користе као креативне и уметничке алате у осмишљавању и реализацији различитих визуелних, аудио и мултимедијалних садржаја. Предмет подстиче експеримент, истраживање форме и интеграцију медија у циљу стварања смисленог, савременог и контекстуално осетљивог уметничког израза.
Исход предмета: Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да самостално осмишљава и реализује уметничке пројекте кроз примену различитих медија, комбинујући слику, звук, покрет, текст и простор у јединствену целину. Биће у стању да медијске форме прилагођава различитим контекстима и

публикама, да критички сагледава сопствени рад и да активно учествује у креативним процесима савремене медијске праксе.
Садржај предмета: 1.Примењени медији као уметничка пракса – рад у реалном медијском окружењу 2.Креативни задатак и ограничења – како оквир подстиче идеју 3.Од концепта до медијске форме – превођење идеје у садржај 4.Рад са визуелним материјалом – избор, значење и утицај 5.Звук и медијски ритам – атмосфера и наратив 6.Рад са постојећим материјалима – реупотреба и нови контекст 7.Комбиновање медија – практични хибридни приступи 8.Простор приказивања – екран, јавни простор, дигиталне платформе 9.Публика и рецепција – како медиј „ради“ у стварности 10.Ауторска одговорност и медијски избори 11. Експеримент у примењеним медијима 12.Рад на медијском задатку – индивидуални или групни приступ 13.Реализација медијског рада 14.Презентација у конкретном контексту 15.Анализа процеса и резултата
Литература: Manovič L.. *Jezik novih medija. Clio, Beograd, 2015*

Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 3	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе Предавање, презентације, коришћење мултимедија, студије случаја. Гостујућа предавања и посета редакцијама.

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**Поена**	**Завршни испит**	**Поена**
Активност у току предавања	**10**	Усмени испит	**40**
Вежбе	**10**		
Колоквијум-и			
Практичан рад	**40**		

ЈАВНИ И МЕДИЈСКИ НАСТУП

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: Јавни медијски наступ
Наставник: Љиљана Манић, Божидар Ђуровић, Андријана Драгнић; сарадник: Јелена Радновић Вукчевић, Лана Станисављевић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ:4
Услов: /

Циљ предмета

Циљ предмета је да студенти стекну основна знања о јавном наступу у различитим медијским и сценским просторима (радио, телевизија, сцена), као и вештине сценске убедљивости, говора тела и глумачких техника које доприносе аутентичном и ефективном присуству у јавности.

Исход предмета

Студент ће бити оспособљен да: влада основним техникама јавног и медијског наступа; сигурно и самостално наступа у различитим медијским форматима; контролише тело, глас, дикцију и психолошку присутност; структурира наступ у складу са формом и захтевима медија.

Садржај предмета

1. Увод у јавни и медијски наступ.
2. Природа сценског и медијског простора.
3. Основе сценске убедљивости.
4. Психологија јавног наступа.
5. Говор тела – основна правила.
6. Дикција и гласовне технике.
7. Наступ на радију – микрофонска техника.
8. Наступ на телевизији – камера, кадар, покрет.
9. Наступ на сцени – простор, енергија, контакт.
10. Презентације и конференцијски наступи.
11. Кампање и комуникација у јавном простору.
12. Структура и припрема различитих врста наступа.
13. Практичне вежбе: кратки јавни говори.
14. Практичне вежбе: медијски интервју.
15. Завршни наступ студената и анализа.

Литература:

Marković, M.: *Poslovna komunikacija*, Clio, Beograd, 2008.

Dale Carnegie: *Javni nastup*, Admiral Books, Beograd, 2013.

Allan Pease; Barbara Pease: *Definitivni vodič kroz govor tela*, Nova knjiga, Beograd, 2013.

Број часова активне наставе 4	**Предавања: 2**	**Вежбе: 2**

Методе извођења наставе

Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	30	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и			

ЕСТЕТИКА

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/програми : ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Естетика
Наставник: Љиљана Манић, Горан Гаврић, Марко Новаковић; сарадници: Милица Василић, Јована Јелић
Статус предмета: обавезан
Број ЕСПБ: 2
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је да студенте упозна са основним естетичким категоријама уметничког стварања, уметничког дела и рецепције, као и са савременим естетичким теоријама које обухватају модерну, постмодерну уметност, дигиталне и сајбер просторе, као и естетику свакодневног живота. Предмет подстиче развијање способности критичког мишљења, естетског просуђивања и свесног самообликовања.
Исход предмета По завршетку предмета студент ће бити у стању да разуме и анализира основне естетичке појмове и процесе уметничког стварања, да критички сагледава уметничко дело у односу форме и садржаја, као и да препозна и тумачи различите облике естетског искуства у савременој култури и свакодневном животу. Студент ће развити способност естетског вредновања, аргументованог просуђивања и свесне изградње личног и професионалног идентитета.
Садржај предмета *Предавања* 1.Увод у естетику: предмет, појам и историјски развој естетике 2.Основне категорије уметничког стварања и самообликовања 3.Стваралачки акт: појам креације и уметничке инспирације 4.Фазе стваралачког процеса 5.Геније, таленат и ауторство у уметности 6.Уметничко дело као естетски објекат 7.Однос форме и садржаја у уметничком делу 8.Планови и слојеви значења уметничког дела 9.Рецептивни акт: улога посматрача, читаоца и публике 10.Естетско задовољство, доживљај и емоција 11.Просуђивање и вредновање уметничког дела 12.Модерна уметност и естетика модернизма 13.Постмодерна уметност и савремене естетичке теорије 14.Естетика сајбер простора и дигиталне културе 15.Естетика свакодневног живота и изградња личног имица *Практична настава* Вежбе из естетске и продуктивне комуникације.
Литература Мирко Зуровац: *Три лица лепоте*, Службени гласник, Београд, 2005. Мишко Шуваковић: *Дискурзивна анализа*, Универзитет уметности у Београду, Београд, 2006. Nicolai Hartmann: *Estetika*, Kultura, Beograd, 1968. Дивна Вуксановић: *Филозофија медија: Онтологија, естетика, критика*, Чигоја штампа, Београд, 2007. Gilbert, Katharine Everett; Kuhn, Helmut: *Istorija estetike*, Kultura, Beograd, 1969.

Morpurgo-Tagliabue, Guido: *Savremena estetika*, Nolit, Beograd, 1968.			
Број часова активне наставе			
Предавања **3**	**Вежбе** **1**	**Други облици наставе**	**Остали часови**
Методе извођења наставе Предавања, интерактивна настава, семинарски радови, вежбе, консултације.			

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	**Завршни испит**	Поена
Присуство настави	10	усмени испт	40
Активно учешће на предавањима	10		
практичан рад	20		
Семинари	20		

ТЕОРИЈА МЕДИЈА

Студијски програм/студијски програми : Креативне комуникације
Врста и ниво студија: Основне академске студије првог нивоа
Назив предмета: Теорија медија
Наставник: Олег Јекнић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 5
Услов: нема
Циљ предмета Циљ предмета је да студентима пружи темељно разумевање природе медија, њиховог историјског развоја и значаја у савременом друштву. Посебан акценат ставља се на анализу медија као културних, политичких и економских актера, као и на разумевање начина на које медији обликују перцепцију, стварају значења и утичу на јавно мњење. Кроз упознавање са основним теоријским моделима, критичким приступима и медијским праксама, студенти развијају способности за промишљено, аналитичко и одговорно тумачење медијских садржаја и феномена.
Исход предмета По завршетку курса студент је оспособљен да критички разуме улогу и развој медија у савременом друштву и да препозна механизме путем којих медији обликују комуникацијске токове, културне обрасце и јавно мњење. Студент стиче способност примене основних теоријских модела у анализи медијских садржаја, као и вештине тумачења различитих медијских појава кроз историјску, друштвену и културолошку призму. Поред тога, студент је оспособљен да промишљено приступа медијским текстовима, да аргументовано формира ставове и да примењује критичке и аналитичке алате у будућем професионалном ангажману у области медија и комуникација.

Садржај предмета
1. Увод у предмет. Основни појмови комуникације. Модели комуникације и њихов развој. **2.** Појам медија: дефиниције, типологије и основне карактеристике. **3.** Историјски развој медија: од усмености до дигиталног доба. **4.** Медији и друштвени контекст: политика, економија, идеологија. **5.** Медији као четврта сила: јавна сфера, моћ и друштвени утицаји. **6.** Медији у друштву спектакла: перцепција, представљање, симулакрум. **7.** Традиционални медији: штампа, радио, телевизија – улога и трансформације. **8.** Дигитални медији: интернет, платформе, алгоритми, нове навике публике. **9.** Медијске индустрије: производња садржаја, медијски системи, власништво. **10.** Медији и публика: рецепција, навике, интерпретација, учешће. **11.** Јавно мњење: настанак, мерење, утицај медија на формирање ставова. **12.** Етика медија: одговорност, манипулација, пропаганда, дезинформације. **13.** Медији и уметничка комуникација: естетика, жанрови, експеримент. **14.** Простор и време у медијима: наратив, структура, медијска драматургија. **15.** Преглед савремених медијских трендова, резиме, припрема за колоквијум/испит.
Литература Brigs, Adam; Kolbi, Pol: *Uvod u studije medija*, Clio, Beograd, 2005. Bal, Fransis: *Moć medija*, Clio, Beograd, 1997. Burdije, Pjer: *Narcisovo ogledalo*, Clio, Beograd, 2000. Debor, Gi: *Društvo spektakla*, Blok 45, Beograd, 2007.

Број часова активне наставе 2				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 0	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	

Методе извођења наставе
Предавања и дискусије у оквиру предавања

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	**поена**	Завршни испит	*поена*
активност у току предавања	20	писмени испит	
практичан рад		усмени испт	*40*
колоквијум-и	20	.....	
семинар-и	20		

ДИЗАЈН ЗВУКА-АУДИО ВИЗУЕЛНЕ УМЕТНОСТИ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Дизајн звука – аудио-визуелне уметности
Наставник: Владимир Живковић; сарадници: Хајат Ксерави, Уна Беловуковић, Гордана Ћирић
Статус предмета: изборни

Број ЕСПБ: 6

Услов:/

Циљ предмета

Циљ предмета је да студентима омогући свеобухватно разумевање улоге и значаја звука у аудио-визуелној уметности, као и да их упозна са савременим техникама снимања, обликовања и креативне примене звука у филму, телевизији и позоришту. Кроз комбинацију теорије и практичних вежби, студенти развијају слух за драматургију звука, разумевање његове емоционалне функције и способност да звук користе као равноправни елемент визуелне нарације.

Исход предмета

По завршетку наставе, студенти ће бити оспособљени да самостално и у оквиру тима планирају, снимају, монтирају и креирају основне звучне структуре за различите аудио-визуелне формате. Разумеће естетске, техничке и драматуршке принципе дизајна звука, умеће да анализирају звучне компоненте дела и да примењују стечена знања при изради сопствених пројеката. Такође ће развити креативни и критички приступ звучном материјалу и његовој употреби у медијској продукцији.

Садржај предмета

1. Увод у дизајн звука у аудио-визуелним уметностима.
2. Основни елементи звучне слике: дијалог, амбијент, ефекти, музика.
3. Основе снимања звука и врсте микрофона.
4. Технике снимања дијалога за филм и телевизију.
5. Снимање амбијента и звучних ефеката; основе Foley-ја.
6. Основе монтаже звука.
7. Дизајн звука у филму и звучна драматургија.
8. Дизајн звука у телевизијским форматима.
9. Звук у позоришту и специфичности позоришне акустике.
10. Звук у рекламама и звучно брендирање.
11. Анализа звучних структура у аудио-визуелним примерима.
12. Креативне и нетрадиционалне методе снимања.
13. Практични рад: снимање материјала за пројекат.
14. Практични рад: монтажа и финално обликовање звука.
15. Завршна презентација студентских пројеката и евалуација.

Вежбе:

Снимање основних звучних елемената за потребе филма, телевизије и позоришта. Анализа звучне слике различитих аудио-визуелних уметности. Снимање основних елемената звучне слике у различитим акустичким просторима. Снимање реклама. Снимање. Монтажа. Миксовање. Дизајн звука. Постпродукција. Анализа снимљеног материјала.

Литература

Гордић, Љ.; Маљковић, З.: *Стереофонија – теорија и пракса*, РТС, Београд, 2016.

Блаха, И.: *Драматургија звука у филмском и телевизијском делу*, ДКСГ, Београд, 2008.

Kej, D.; Lebreht, D.: *Zvuk i muzika u pozorištu*, Clio, Beograd, 2016.

Šion, M.: *Audiovizija*, Clio, Beograd, 2015.

David Miles Huber; Robert E. Runstein: *Modern Recording Techniques*, Focal Press, USA, 2005.

Bartlett, B.: *Stereo Microphone Techniques*, Focal Press, 1991. Мијић, М.: *Аудио системи*, Академска мисао, Београд, 2011.			
Број часова активне наставе 5	**Предавања:2**	**Вежбе:3**	
Методе извођења наставе Предавања, вежбе, дискусије у оквиру предавања и вежби, групни и самостални практични рад студената, семинарски рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практичан рад	15	усмени испт	40
колоквијум-и	20	.....	
Семинарски	15		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			

ОНЛАЈН МЕДИЈИ-ТРЖИШТЕ

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм :Креативне комуникације
Назив предмета: ОН-ЛАЈН МЕДИЈИ-ТРЖИШТЕ
Наставник: Невенка Поповић Шевић, Олег Јекнић, Душан Стојаковић; сарадник: Марија Ђоковић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ:6
Услов: /
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање са основама концепата електронског пословања, е-комерца и он-лајн продавница. Савладавајући суштину функционисања он-лајн медија, друштвених мрежа и дигиталних канала комуникације, студентима се предочавају могућности развоја нових пословних модела на интернету,.
Исход предмета По завршетку наставе из предмета, од студента се очекује да влада основним алатима и вештинама за креирање стратегије пословног наступа на дигиталном тржишту и стратегије промоције на он-лајн медијима, те да је оспособљен за самостални рад у једноставнијем дигиталном пословном окружењу и на он-лајн медијима.
Садржај предмета *Предавања:* 1.Увод у предмет. Основе електронског пословања и дигиталне економије. 2.Појам и развој е-комерца. Модели електронске трговине. 3.Он-лајн продавнице – структура, функционисање и корисничко искуство.

4.Дигитално тржиште и глобално окружење. Специфичности он-лајн конкуренције.

5.Позиционирање брендова, производа и услуга у дигиталном окружењу.

6.Лично брендирање и позиционирање личности на он-лајн тржишту.

7.Анализа он-лајн тржишта. Одређивање величине и потенцијала дигиталног тржишта.

8.Истраживање корисника и дигитално понашање потрошача.

9.Стратегије дигиталног тржишног наступа. Канали и алати дигиталног маркетинга.

10.Он-лајн комуникациони канали и интеграција дигиталних медија.

11.Однос оф-лајн и он-лајн тржишта. Омниканалне стратегије.

12.Повезивање продајних и комуникационих канала у јединствену пословну стратегију.

13.Логистика, плаћања и безбедност у електронском пословању.

14.Мерење ефеката дигиталног наступа. Аналитика и оптимизација.

15.Студије случаја и анализа успешних примера електронског пословања.

Вежбе:

Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се демонстрирају на конкретном материјалу, уз ангажовање студената да кроз примере уоче различите потенцијале, предности и мане дигиталног тржишног наступа различитих брендова. Студенти вежбају одређивање величине дигиталног тржишта и политику цена, као и симулирају он-лајн трговину. Коначни резултат практичне наставе је индивидуална вежба сваког студента, која обухвата креирање он-лајн продавнице са мини стратегијом дигиталног тржишног наступа и промоције путем он-лајн медија.

Литература

Будановић, Б.: *Шта је старије? Маркетинг или продаја*, Smart Target, Београд, 2014.
Levinson, Dž. K.: *Gerila marketing*, Miba Books, Beograd, 2015.
Стојаковић, Д.: *Интернет маркетинг и позоришна публика у Србији*, Задужбина Андрејевић, Београд, 2018.
Žirar, B.: *Google put*, Dobra knjiga, Beograd, 2011.
Раденковић, Б.; Деспотовић Зракић, М.; Богдановић, З.; Барић, Д.; Лабус, А.: *Електронско пословање*, Факултет организационих наука, Београд, 2015.
Кончар, Ј.: *Електронска трговина*, Економски факултет, Суботица, 2003.
Бјелић, П.: *Глобална електронска трговина*, Економски факултет, Београд, 2012.

Број часова активне наставе 5	**Предавања: 2**	**Вежбе: 3**

Методе извођења наставе

Предавања, допуњена демонстрацијом практичних садржаја, вежбе (индивидуални и групни рад), анализа и дискусија у оквиру предавања и вежби, семинраски рад

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	**Завршни испит**	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	/
практичан рад	30	усмени испт	40
колоквијум-и	/	.....	
семинар-и	20		

СТРУЧНА ПРАКСА

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС КРЕАТИВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

Назив предмета: Стручна пракса			
Наставник/наставници: одабрани наставници ангажовани на СП			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ:3			
Услов: /			
Циљ предмета Циљ предмета Стручна пракса је да студентима Основних студија креативне комуникације омогући директно упознавање са реалним радним процесима у области креативних индустрија. Кроз активно учешће у раду организација, медијских кућа, продукцијских и креативних тимова, студенти стичу увид у начин функционисања професионалног окружења и примењују стечена знања и вештине на конкретним задацима и пројектима. Стручна пракса има за циљ да допринесе развоју професионалних компетенција студената, њиховој бољој припреми за тржиште рада и разумевању интердисциплинарне природе креативне комуникације, која обухвата медије, продукцију, аудио-визуелне и звучне садржаје.			
Исход предмета Студент ће након завршене стручне праксе бити оспособљен да примени и провери стечена знања и вештине у реалном радном окружењу креативних индустрија. Биће способан да учествује у професионалним радним процесима, да се прилагоди организационим и комуникационим захтевима различитих радних средина, као и да развија одговорност, самосталност и тимски дух			
Садржај предмета Стручна пракса подразумева активно учешће студента у раду организација и институција из области креативних индустрија, кроз ангажовање на конкретним задацима и пројектима који су у току реализације.			
Литература /			
Број часова активне наставе	**Предавања:**	**Пракса: 6**	
Методе извођења наставе Усмено излагање, дијалошка метода, метода демонстрације, метода илустративних радова, метода практичних радова, метода практичних активности.			
Оцена знања (максимални број поена 100) – Позитивна оцена предметног наставника - ментора			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
Обављена стручна пракса	**50**	Достављена потврда о обављеној стручној пракси	**50**
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

ЗАВРШНИ РАД

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ОАС Креативне комуникације
Назив предмета: Завршни рад
Наставник: ментор
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 4
Услов: претходно завршен пети семестар
Циљ предмета Циљ предмета Завршни рад је самостална реализација ауторског пројекта у области креативне комуникације, заснованог на претходно дефинисаном концепту и истраживачком оквиру. Кроз израду завршног рада студент интегрише знања и вештине стечене током студија из области комуникологије, медија, продукције, аудио-визуелних и дигиталних пракси, са циљем креирања целовитог, смисленог и примењивог пројекта. Циљ предмета је да се кроз завршни рад потврди способност студента да промишља, планира и реализује креативно-комуникациони пројекат, као и да се студент коначно профилише као оспособљен дипломирани стручњак у области креативне комуникације, спреман за самосталан и професионалан рад у креативним индустријама.
Исход предмета Студент ће након положеног предмета бити оспособљен да самостално изради, реализује и одбрани завршни рад у области креативне комуникације, заснован на јасно дефинисаном концепту и промишљеном избору медијских и комуникационих средстава. Биће способан да повезује теоријска знања са практичном реализацијом, да образложи своје ауторске и професионалне одлуке, као и да критички сагледа сопствени рад. По завршетку предмета студент ће бити компетентан да стечена знања и вештине примењује у професионалном окружењу креативних индустрија, као и да активно учествује у осмишљавању и реализацији комуникационих, медијских и креативних пројеката.
Садржај предмета ● *Самосталан рад студента на изради завршног рада* ● *Индивидуалне менторске консултације* ● *Усмеравање и праћење развоја пројекта* ● *Анализа концепта, структуре и реализације рада* ● *Припрема за јавну презентацију и одбрану завршног рада* ***Практични рад*** *Практични део наставе обухвата израду и реализацију завршног рада у складу са одабраном темом и постављеним концептом. Завршни рад може бити реализован у различитим медијским и комуникационим форматима, у складу са програмом студија и правилником установе, уз обавезно образложење идеје, процеса и резултата кроз писани део рада и јавну одбрану.*
Литература Упутство за израду завршног рада

Остала литература по избору студената а у вези са одабраном темом и уз препоруке наставника. Формирање информационе основе један је од задатака предмета.		
Број часова активне наставе	**Предавања:**	**Вежбе:**
Методе извођења наставе Током израде завршног рада, ментор даје неопходна упутства студенту, упућује га на одређену литературу, помаже при избору метода истраживања, анализе и обраде добијених резултата, извођење правилних закључака и др. У оквиру овог дела дипломског рада студент обавља додатне консултације са ментором, а по потреби и са другим наставницима који се баве проблематиком из области теме завршног рада. Консултације, дискусије, презентације, а у вези са радом на пројектованом решењу		

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања		завршни пројекат	80
практичан рад		усмена одбрана	20
колоквијум-и		.....	
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 2 странице А4 формата