

II. CIKLUS STUDIJA

| <b>ORGANIZACIONA JEDINICA:</b> Fakultet informacionih tehnologija  |                       |   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
|--|-----------------------|---|--------|-------------|---------------|---|--------|------------|---|---------|----------|---|---------|-------------|---|---------|-------|---|---------|------------|----|----------|----------|
| <b>NAZIV PREDMETA:</b> Multimedijalno oglašavanje  |                       |   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| <b>Šifra predmeta:</b> 2.09.03.MI-03   | <b>Semestar:</b> Prvi | <b>ECTS:</b> 7  |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| <b>Status predmeta:</b> Obavezan   |                       | <b>Ukupno radno opterećenje studenta:</b> 210 sati  |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| <p><b>Osnovni sadržaj predmeta:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Osnove oglašavanja i uloga multimedija u oglašavanju. Osnovni pojmovi. Efektivno oglašavanje.</li> <li>Tipovi oglašavanja. Funkcija oglašavanja. Uloga multimedija u oglašavanju. Osnovne uloge u oglašavanju. Evolucija oglašavanja.</li> <li>Oglašavanje i okruženje. Etička pitanja. Regulatorna. Društvena odgovornost.</li> <li>Marketing i oglašavanje. Osnovni pojmovi marketinga. Ciljni marketing. Marketing miksa. Marketinške komunikacije.</li> <li>Multimediji u marketinškim komunikacijama. Auditorijum i osnovni uticaji. Multimediji i auditorijum. Istraživanja za oglašavanje.</li> <li>Gradivni blokovi multimedija, tehnike. Model komunikacija. Oglašavanje i komunikacije.</li> <li>Multimedijalne komunikacije. Oglašivač. Poruka. Miks komunikacija. Efekti.</li> <li>Planiranje oglašavanja. Strateški plan. Marketing plan. Plan komunikacija. Plan oglašavanja.</li> <li>Planiranje medija. Mediji. Vrste medija. Osnovni pojmovi.</li> <li>Interaktivni mediji i Internet. Ciljevi medija. Praktična nastava.</li> </ol> |                       | <p><b>Cilj predmeta:</b> Sticanje znanja i vještina potrebnih za različite vidove medijskog oglašavanja, razvoja oglasne poruke i definisanje strategije.</p> <p><b>Način izvođenja nastave:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ex katedra.....70 %</li> <li>Gost predavač.....10 %</li> <li>Diskusija.....20 %</li> </ol> <p>Ukupno:.....100 %</p> <p><b>Visina ocjene prema broju osvojenih bodova:</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0 – 54</td> <td>Nedovoljan</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55 – 64</td> <td>Dovoljan</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65 – 74</td> <td>Zadovoljava</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75 – 84</td> <td>Dobar</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85 – 94</td> <td>Vrlo dobar</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95 – 100</td> <td>Izvrstan</td> </tr> </tbody> </table> | Ocjena | Broj bodova | Opisna ocjena | 5 | 0 – 54 | Nedovoljan | 6 | 55 – 64 | Dovoljan | 7 | 65 – 74 | Zadovoljava | 8 | 75 – 84 | Dobar | 9 | 85 – 94 | Vrlo dobar | 10 | 95 – 100 | Izvrstan |
| Ocjena   | Broj bodova           | Opisna ocjena   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| 5  | 0 – 54                | Nedovoljan  |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| 6  | 55 – 64               | Dovoljan  |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| 7  | 65 – 74               | Zadovoljava   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| 8  | 75 – 84               | Dobar   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| 9  | 85 – 94               | Vrlo dobar  |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| 10   | 95 – 100              | Izvrstan  |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| <p><b>Sistem bodovanja studenata:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Predispitni aktivnosti (aktivno učešće u nastavnom procesu i seminarski rad).....0-50 bodova</li> <li>Ispit .....0-50 bodova</li> </ol> <p style="text-align: right;">UKUPNO: ....0-100 bodova</p>  |                       |   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |
| <p><b>Obavezna literatura:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>D. Starčević sa suradnicima, Multimedijalni informacioni sistemi FON, Beograd 2007.</li> <li>Suzan Tajler Istman, Daglas A. Ferguson, Robert A. Klajn Promocija i marketing elektronskih medija Klio, Beograd 2004.</li> </ol>   |                       |   |        |             |               |   |        |            |   |         |          |   |         |             |   |         |       |   |         |            |    |          |          |