

Студијски програм: МАС Комуникологија
Назив предмета: Алтернативни медији
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов:
<p>Циљ предмета</p> <p>Упознавање студената са начинима функционисања алтернативних медија, алтернативних начина финансирања и специфичностима уређивачких политика; Разумевање међузависности економског, социјалног и медијског система у Србији; овладавање специфичностима структуралних делова медијског система Србије из угла њихове друштвене, економске, политичке, културне и професионалне детерминисаности. Упознавање са актуелним домаћим медијским законодавством.</p>
<p>Исход предмета</p> <p>Студенти разумеју основе функционисања алтернативних медија. Сечена основна теоријска знања о медијским системима и алтернативама и оспособљеност за њихову практичну примену у обављању послова професионалних комуникатора у новинским, радијским, телевизијским станицама, интернетским порталима и редакцијама новинских агенција у Србији.</p>
<p>Садржај предмета</p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>1. Претпоставке функционисања медијских система: теоријски концепт. 2. Модели информационо-комуникационог процеса. 3. Структура и садржаји медијског система 4. Агенси медијског система и њихов утицај: држава, политичке партије, друштвене групе и религијске организације, мањине и професионалне групе комуникатора. 5 Социјално-историјски оквир настајања и развоја савременог медијског система Србије. 6. Структура медијског система Србије. 7. Процеси дерегулације и саморегулације. 8. Традиционални медији. 9. Медијско законодавство. 10. Проблеми са функционисањем медијског тржишта у свету и у Србији. 11. Медијско законодавство и могућност оснивања алтернативних медија. 12. Медији цивилног друштва/медији заједнице. 13. Пројектно финансирање као алтернативни начин пословања. 14. Медији цивилног друштва/медији заједнице - искуства развијених земаља. 15. Правни оквир за медије цивилног сектора. 16. Националне мањине и медији цивилног друштва. 17. Управљање медијима цивилног друштва. 18. Партиципативност, интерактивност, UGC, P2P. 19. Друштвене мреже. 20. Блог, подкаст, форуми</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>Дискусија о релевантним чланцима. Презентације и анализе студентских пројеката.</p>
<p>Литература (до 10 референци)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Грухоњић Д. Однос новинарских жанрова на традиционалном радију и радију на интернету, Београд, 2016. http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/5183/Disertacija816.pdf?sequence=1&isAllowed=y - Независно друштво новинара Војводине. Медији цивилног друштва – упутство за употребу. Нови Сад, 2016. http://www.ndnv.org/wp-content/uploads/2016/11/MedijiCivilnogDrustva.pdf - Hallin, Daniel C; Mancini, Paolo. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics). Cambridge: Cambridge University Press, 2004. - Радојковић, Мирољуб; Стојковић, Бранимир (2009). Информационо-комуникациони системи – друго издање. Београд: Клио. (учбеник) - Бригс, Адам; Кобли, Пол. Увод у студије медија. Београд: Клио. (изабрани текстови), 2015. - Вељановски, Раде. Медијски систем Србије – друго издање. Београд: Факултет политичких наука и Чигоја штампа (изабрана поглавља), 2012. - Грухоњић, Д, Шинковић Н, Клеут Ј. Ка евалуацији модела пројектног финансирања медијских садржаја у Србији. У: Веродостојност медија: Однос финансирања и садржаја. 11-29 (ур. Милојевић А, Вељановски Р). Београд: Факултет политичких наука, 2018. - Пралица, Д. Дигитализација електронских медија у Србији и публика. Радиодифузија у Србији –

садашњост и будућност – зборник са научног скупа. Београд: Факултет политичких наука и Чигоја штампа. стр. 89-102, 2012.

- Рук, Р. Европски медији у дигиталном добу. Београд: Клио. (изабрана поглавља), 2011.

- Тјуроу, Ц. Медији данас – увод у масовне комуникације. Београд: Клио (изабрана поглавља), 2012.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава:2

Методe извођења наставе

Монолошка, дијалoшка, демонстративна, методe проблемске наставе, истраживачке методe. Дискусија о релевантним чланцима. Презентације и анализе студентских пројеката

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	
практична настава		усмени испт	<i>40</i>
колоквијум-и		
семинар-и	40		

Студијски програм: МАС Комуникологија
Назив предмета: Дигитална медијска писменост
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов:
Циљ предмета
Упознавање са општим карактеристикама дигиталне медијске писмености; Савладавање теоријског оквира, метода и техника критичке анализе медијског дискурса и уочавања употребе дискурских стратегија у новим, дигиталним медијима; упознавања студената са применом новинарске форензике (<i>fact-checking</i>) у новом медијима
Исход предмета
Овладаност основним знањима о дигиталној медијској писмености; Оспособљеност студената за примену метода и техника критичке анализе медијског дискурса и препознавања дискурских стратегија у новим медијима; оспособљеност студената за примену новинарске форензике (<i>fact-checking</i>) у новом медијима
Садржај предмета
Теоријска настава
Опште карактеристике дигиталне медијске писмености; Дигитална медијска писменост у примени (друштвени медији, аналитика, мејлови и мобилни уређаји, стратегије планирања у виртуелном свету); Критичка анализа медијског дискурса у дигиталном окружењу; Дискурсне стратегије; Медији, моћ и манипулације; Употреба дигиталних алата у новинарској форензици (<i>fact-checking</i>); Деконструкција и интерпретација порука у дигитални медијима.
Практична настава
Дигитална медијска писменост у образовању новинара и комуниколога – примери добре праксе; Примена дигиталних алата у новинарској форензици; уочавање и примена дискурских стратегија у новим медијима. Визуелна презентација и креативност у представљању семинарских радова.
Литература
Валић Недељковић, Дубравка (2013). Скривена порука у потпису: анализа потписа корисника онлајн издања медија и друштвених мрежа. У: <i>Језици култура у времену и простору 2 – зборник радова</i> . Нови Сад: Филозофски факултет. (171-181).
Van Dijk, Teun A. (2006). Discourse and Manipulation. <i>Discourse and Society</i> . Volume: 17 issue: 3, pages: 359-383. Dostupno: https://studfile.net/preview/4538457/
Van Dijk, Teun A. (2006). <i>Ideologija – multidisciplinarni pristup</i> . Zagreb: Golden marketing. (poglavlje Diskurs)
Van Dijk, Teun A. (2008). <i>Discourse and Power</i> . New York: Palgrave Macmillan.
Gutiérrez, Alfonso & Tyner, Kathleen (2012). Media Education, Media Literacy and Digital Competence. <i>Comunicar - Scientific Journal of Media Education</i> . n. 38, v. XIX, 31-39.
Потер, Џејмс (2011). <i>Медијска писменост</i> . Београд: Клио. (изабрана поглавља)
Pralica, Dejan (2016). (Multi)media Literacy – Perspectives in Serbia. <i>eLearning and Software for Education</i> . Vol 2. Buchaest: National Defence University ‘Carol I’. pp. 432-437.
Pralica, Dejan (2015). Digital Media Technologies And The Perspectives Of Virtual Education – Opinions Of Students And Professors At The Department Of Media Studies, Faculty Of Philosophy, University Of Novi Sad. <i>eLearning and Software for Education</i> . Vol. 3. Pp. 137-141.
Pralica, Dejan & Barovic, Vladimir (2013). New Digital Technologies In The Education Of Journalists. <i>eLearning and Software for Education</i> . Vol 2. Buchaest: National Defence University ‘Carol I’ pp. 204-209.
Рељић, Слободан (2018). <i>Буквар медијске писмености</i> . Нови Сад, Београд: Академска књига и Учитељски

факултет. (поглавља: 8. и 9.)

Хол, Стјуарт (2018). *Запад и остатак света: дискурс и моћ*. Лозница: Карпос. (изабрана поглавља)

Хол, Стјуарт (2017). *Медији и моћ*. Лозница: Карпос. (поглавља: *Кодирање, декодирање и Девиијација, политика и медији*).

Број часова активне наставе	Теоријска настава: 1	Практична настава: 2
------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

Методe извођења наставе

Предавања са групном дискусијом; на вежбама: групни рад студената на претходно постављеним задацима; презентација резултата истраживања.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	-
семинарски рад 1	30	усмени испт	30
семинарски рад 2	35	

Студијски програм: МАС Комуникологија		
Назив предмета: Дигитални медијски маркетинг		
Статус предмета: изборни		
Број ЕСПБ: 4		
Услов:		
Циљ предмета		
Упознавање студената са основним појмовима и принципима рада на друштвеним мрежама. Оспособљавање за тимски и самостални рад у планирању и реализацији кампања рекламирања на друштвеним мрежама. Оспособљавање за креирање садржаја на друштвеним мрежама, промоцију профила на друштвеним мрежама.		
Исход предмета		
По завршетку овог предмета студенти ће разумети појмове и принципе функционисања друштвених мрежа; бити способни да критички анализирају постојеће профиле на друштвеним мрежама; бити способни да раде у тиму који се бави осмишљавањем и реализовањем профила и рекламних кампања на друштвеним мрежама; бити способни да се баве било којим видом писања садржаја за друштвене мреже и промовисањем садржаја на друштвеним мрежама.		
Садржај предмета		
<i>Теоријаска настава:</i>		
1. Улога интернета у савременом свету; 2. Психологија друштвених медија; 3. Интернет расправе и контрола емоција; 4. Инфографике и садржаји за друштвене медије; 5. Вођење профила на друштвеним мрежама; 6. Кампање на друштвеним медијима; 7. Интернет односи са јавношћу; 8. Адвертајзинг на друштвеним мрежама 9. Врсте дигиталног маркетинга (блогови, инфлуенсери, вирални маркетинг, имејл и мобилни маркетинг) 10. Покретање сопствене веб-кампање на друштвеним мрежама; 11. Мерење ефекта и вођење онлајн кампање.		
<i>Практична настава:</i>		
1. Преглед и подела свих друштвених мрежа; 2. Зависност од нотификација; 3. Управљање односа са корисницима друштвених мрежа; 4. Поверење на интернету; 5. Примери добре праксе рекламирања на друштвеним мрежама; 6. Примери различитих врста дигиталног медијског маркетинга; 7. Креирање и вођење сопствене кампање на друштвеним мрежама (симулација). 8. Портфолио радова.		
Литература		
Гледвел, Малколм (2005). <i>Тачка преокрета</i> . Београд: Порталибрис.		
Kane, Brendan (2018). <i>One Million Followers: How I Built a Massive Social Following in 30 Days</i> . Dallas: BenBella Books.		
Костић, Миодраг (2003). <i>Интернет маркетинг и онлајн односи са јавношћу</i> . Београд: Веза.		
Kerpen, Dave (2013). <i>Likeable Business: Why Today's Consumers Demand More and How Leaders Can Deliver</i> . New York: McGraw Hill.		
Kurtz, Brian (2019). <i>Overdeliver: Build a Business for a Lifetime Playing the Long Game in Direct Response Marketing</i> . Carlsbad: Hay House.		
Paulson, Matthew (2019). <i>Email Marketing Demystified – Build a Massive Mailing List, Write Copy that Converts and Generate More Sales</i> . Medellin: American Consumers News.		
Тајлер Истман, Сузан и др. (2004). <i>Промоција и маркетинг електронских медија</i> . Београд: Клио.		
Хендрикс, Винсенс и Хансен, Пеле (2017). <i>Бурна информација – зашто лајкујемо</i> . Београд: Центар за промоцију науке (изабрана поглавља).		
Хубијар, Алвид. (2011). <i>Маркетинг од уста до уста</i> . Сарајево: Универзитет у Сарајеву.		
Број часова	активне наставе	Теоријска настава: 1
		Практична настава: 2
Методe извођења наставе		
Инатерактивна предавања; реализација заједничких пројеката (промоције кампања) на вежбама.		
Оцена знања (максимални број поена 100)		

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	-
семинарски рад 1	30	усмени испт	30
семинарски рад 2	35	

Студијски програм : МАС Комунологија			
Назив предмета: Електронско издаваштво и дигиталне технологије			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов:			
Циљ предмета Усвајање знања о свим видовима електронске културе, облицима електронског издаваштва и његовим импликацијама на медије. Упознавање са историјатом и рецепцијом хипертекста, структурним, тематским и значењским везама текста и технологије.			
Исход предмета Студент стиче знања о природи и примени хипертекста у култури и медијима, о формама електронског издаваштва и специфичностима екранске културе.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Развој медија од усмене традиције до компјутерске анимације. Култура Мреже и децентрализација медија. Електронско издаваштво и екранска култура. Појам виртуелног и дематеријализација комуникације. Перцепција текста: од штампе до хипертекста; мултимедијална и интерактивна природа хипертекста. Електронски медији и писање: смена културних парадигми. Екранска култура и виртуелне заједнице. Виртуелни идентитет и друштвене мреже. Форме електронског издаваштва – електронске књиге и часописи. Електронски медији и писање. Друштвене мреже: реклама, активизам, уметност. Е-издања: мане, предности, популаризација; разлика у приступу и представљању медијских садржаја. <i>Практична настава</i> Студенти су обавезни да сачине пројекат електронског часописа			
Литература (до 10 референци) Гордић Петковић Владислава (2004). <i>Виртуелна књижевност</i> . Београд: Завод за уџбенике. Гордић Петковић Владислава (2009). <i>Екранска култура</i> (тематски број <i>Културе</i> , бр. 124) Ensslin, Anne (2007). <i>Canonizing Hypertext: Explorations and Constructions</i> , Continuum, London. Keen, Andrew (2012). <i>Digital Vertigo</i> . London: St. Martin's Press. Lagerkvist, A. (2018). <i>Digital Existence: Ontology, Ethics and Transcendence in Digital Culture</i> . New York: Routledge. Пеовић Вуковић Катарина (2012). <i>Медији и култура</i> . Загреб: Јесенски и Турк.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 1	Практична настава: 2	
Методе извођења наставе Предавања, вежбе			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	30	усмени испит	
колоквијум-и	30	
семинар-и			

Студијски програм: МАС Комуникологија			
Назив предмета: Мастер рад			
Статус предмета: Обавезан			
Број ЕСПБ: 12			
Услов: Претходно положен Студијски истраживачки рад у функцији израде мастер рада (СИР)			
Циљ предмета			
Оспособљавање студента за уочавање релевантних истраживачких тема у области комуникологије и новинарства; оспособљавање студента за самостално спровођење комплетног истраживања; оспособљавање студента за писмену и усмену презентацију резултата истраживања.			
Исход предмета			
На крају израде завршног рада очекује се да студент буде способан да: демонстрира познавање претпоставки различитих теоријских система у области комуникологије и новинарства и покаже способност њиховог претварања у истраживачке хипотезе или питања; самостално претражује литературу у сврху прикупљања грађе за спровођење истраживања; спроведе комплетно истраживање у области комуникологије и новинарства од фазе уочавања и дефинисања научног проблема, преко фазе дефинисања методологије истраживања, спровођења истраживања, односно прикупљања, обраде и интерпретације резултата, до фазе писања завршног рада и презентације спроведеног истраживања и основних резултата и закључака; демонстрира способност дискутовања о добијеним резултатима у теоријском и практичном контексту.			
Садржај предмета			
Мастер рад представља завршни истраживачки рад студента у коме се он упознаје са теоријским оквирима и емпиријским корпусом повезаним са проблемом истраживања, формулише проблем и спроводи истраживање које укључује анализу података, интерпретацију и дискусију о резултатима. Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад у писаној форми. Након предаје рада студент приступа одбрани рада пред комисијом за одбрану мастер рада. Комисија је састављена најмање од три члана (од којих два члана морају бити у наставничком звању из уже научне области). Одбрана мастер рада састоји се од експозеа током кога студент предстаља резултате свог рада усменим путем и уз помоћ визуелне презентације. У другом делу одбране чланови комисије износе своје мишљење о раду, постављају питања и са кандидатом дискутују о појединим елементима рада.			
Литература			
Литература релевантна за реализацију мастер рада формулише се у договору са наставником (ментором) и у складу са одабраном темом и предметом истраживања.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 0		Практична настава: 0
Методе извођења наставе			
Индивидуални и самостални истраживачки рад студента; менторски рад; самостално припремање усмене презентације завршног рада и дискусија о добијеним резултатима са члановима комисије.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Завршни рад у писаној форми	70	Одбрана завршног рада	30

Студијски програм : МАС Комуникологија
Назив предмета: Медијска пропаганда и спиновање
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ:3
Услов:
<p>Циљ предмета</p> <p>Упознавање студената са основним теоријским појмовима, елементима и карактеристикама медијске пропаганде и спиновања у прошлости као и у савремено доба. Циљ предмета је да се студенти упознају са пропагандним техникама и техникама спина, које се користе у медијској пропаганди у разним областима живота од економске, преко верске до политичке пропаганде.</p>
<p>Исход предмета</p> <p>СТИЦАЊЕ теоријских и практичних знања о медијској пропаганди и спиновању, и њиховој улози у прошлости као и савременим медијским системима. Исход предмета је да студенти уоче континуирани развој пропаганде и њену релацију са техничко-технолошким развојем медија, све до пропаганде у савременим информационо-комуникационим системима. Исход подразумева да су студенти обучени да препознају разне пропагандне технике као и методе спиновања, који се примењују у разним сегментима медијског простора: од економског до политичког. Посебно важан исход предмета садржан је у исправној перцепцији пропаганде и спиновања у модерном дигиталном окружењу, као и утицају наведених елемената на друштвене мреже.</p>
<p>Садржај предмета</p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Теоријско-методолошки оквир: појам и основни принципи пропаганде; појам спиновања и историјски развој; главни теоријски правци; врсте пропаганде и основне пропагандне методе и технике, модели спиновања; спин доктори савременог доба.</p> <p>Проблемско-историјска генеза: праћење историјског развитка пропаганде од античких времена до савременог доба, уз апострофирање међузависности пропаганде и државних институција, религије, ратова, идеологије, традиције, економије, уметности, спорта, револуција, односно комплексних и парадигматичних политичких, културних, социјалних и економских појава, процеса и структура. Настанак, развој и модели спиновања у последњих сто година и примери утицаја спин доктора у пракси. Медијска пропаганда у савременим информационо-комуникационим системима. Пропаганда у дигиталном окружењу, пропаганда на друштвеним мрежама и на онлајн платформама. Спиновање као модел медијског утицаја на масе и систематско управљање јавностима.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>радионице о одабраним темама – читање и критичко промишљање одабраних извора и литературе.</p>
<p>Литература (до 10 референци)</p> <p>Атлагић, С. (2012). <i>Нацистичка пропаганда: од тоталне до тоталитарне пропаганде</i>. Београд: Факултет политичких наука – Чигоја штампа.</p> <p>Баровић, В. (2007), Медији у Трећем рајху: Београд: ЦМ, број 5. 119-132.</p> <p>Бјелица, М. (2003) <i>Српски ратови речима : 1844-2000 : фрагменти из историје политичке пропаганде</i>. Београд, Хелсиншки одбор за људска права у Србији: Радничка штампа.</p> <p>Бернајс, Е. (2014). <i>Пропаганда</i>. Београд: Амоните.</p> <p>Тадић, Д. (2005) <i>Пропаганда</i>. Београд: ЈУ Spectrum.</p> <p>Шушњић, Ђ. (2004) <i>Рибари људских душа. Идеја манипулације и манипулација идејама</i>. Београд: Чигоја штампа.</p>

Фоа, М.(2017). *Господари медија: спин доктори и манипулација јавношћу у служби власти*. Београд: Клио.

Cull, Nicholas. J. Culbert, D, Welch, D. (2003) *Propaganda and mass persuasion: a historical encyclopedia: 1500 to present*, Santa Barbara: ABC-CLIO

Propaganda and Communication in World History. The Symbolic Instrument in Early Times, 2. vol (1979-1980). Honolulu: University of Hawaii

Славујевић, З. (1997) *Старовековна пропаганда. Од Вавилонске куле до Панем ет цирценсес*, Београд: Радничка штампа: Институт друштвених наука

Број часова активне наставе	Теоријска настава:1	Практична настава:2	
Методе извођења наставе			
<i>Теоријска настава:</i> предавања уз коришћење савремених аудио-визуелних наставних средстава			
<i>Практична настава:</i> семинарске вежбе посвећене најзначајнијим темама			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	20	усмени испит	50
колоквијум-и		
семинар-и	20		

Студијски програм: МАС Комуникологија			
Назив предмета: Медијска публика у дигиталном добу			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: -			
Циљ предмета			
Упознавање студената теоријским приступима медијској публици са нагласком на транзицији са аналогних медија на умрежене, дигиталне медије; Стицање увида у корпус социолошких, културолошких, психолошких и политиколошких сазнања о публикама масовних и дигиталних медија; Оспособљавање студената да препознају и вреднују теоријско-методолошки значај различитих приступа публици, и да их примене у истраживању медијске публике у дигиталном добу.			
Исход предмета			
Студент познаје и разуме транзицију од аналогног, масовног комуницирања ка умреженом, дигиталном комуницирању, као и процесе дигитализације који стоје иза ње; Способан је да упоређи различите концептуализације публике, јавности и корисника; Способан је да идентификује главне аспекте анализе публике у контексту историјског и технолошког развоја и да их повеже са савременим концептуализацијама употребе медија, партиципације, прозумације и датафикације; Разуме методолошке импликације теоријских приступа медијској публици и способан је да осмисли и спроведе анализу публике.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава:</i> 1) Друштвене и технолошке околности настанка медијске публике; 2) Публика и сродни појмови: јавност, маса, конзументи; 3) Доминантна парадигма: структуралистичко и бихејвиористичко поимање публике; 4) Парадигма инкорпорирања и отпора: студије рецепције; 5) Парадигма перформанса: фрагментирана и дифузна публика; 6) Главне одлике дигиталних медија и дигиталног комуницирања, 7) Публика у култури конвергенције; 8) Прозументи: корисници као потрошачи и произвођачи садржаја; 9) Новинарство и публика у дигиталном добу; 10) Публика, велики подаци и датафикација; 11) Публика и партиципација; 12) Квалитативне методе истраживања публике; 13) Квантитативне методе истраживања публике, 14) Етички аспекти истраживања публике у дигиталном добу.			
<i>Практична настава:</i> групни рад студената на истраживачком пројекту анализе публике дигиталних медија.			
Литература			
<i>Уџбеничка литература</i>			
Brigs, A. & Kobli, P. (ur.). (2005). <i>Uvod u studije medija</i> . Beograd: Clio. (одабрана поглавља)			
Džajls, D. (2011). <i>Psihologija medija</i> . Beograd: Clio. (одабрана поглавља)			
Milivojević, S. (2015). <i>Mediji, ideologija, kultura</i> . Beograd: Fabrika knjiga. (одабрана поглавља)			
Petrović, D. (2013). <i>Društvenost u doba interneta</i> . Novi Sad: Akademska knjiga (одабрана поглавља)			
Vajdijanatan, S. (2018). <i>Antidruštvene mreže: kako nas Fejsbuk razdvaja i podriva demokratiju</i> . Beograd: Clio. (одабрана поглавља)			
<i>Додатна литература</i> (одабрана поглавља)			
Bilandzic, H., Patriarche, G. and Traudt, P. J. (2012). <i>The social use of media: cultural and social scientific perspectives on audience research</i> . Bristol: Intellect.			
Богданић, А. (1996). <i>Комуникологија, водећа парадигма</i> . Београд: Чигоја.			
Carpentier, N., Schröder, K. C. & Hallett, L. (eds.). <i>Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity</i> . London: Routledge.			
Das, R., and Ytre-Arne, B. (2017). <i>Audiences, towards 2030: priorities for audience analysis</i> . Surrey: CEDAR.			
Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., and Woollacott, J. (eds.) (1982). <i>Culture, society and the media</i> . London and New York: Routledge.			
Livingstone, S., and Lunt, P. (1994). <i>Talk on television : audience participation and public debate</i> . Abingdon : Routledge.			
<i>Одговарајући текстови у референтним часописима и зборницима за научну област.</i>			
Број часова	активне наставе	Теоријска настава: 1	Практична настава: 2
Методe извођења наставе			
<i>Теоријска настава:</i> усмена предавања илустрована презентацијама у Power Point-у.			
<i>Практична настава:</i> дискусија о претходно саопштеним експозеима или есејима			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	усмени испит	30
практична настава	30		

семинарски рад	35		
----------------	----	--	--

Студијски програм: МАС Комуникологија			
Назив предмета: Медијски жанрови популарне културе			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов:			
Циљ предмета Упознавање студената са различитим теоријским приступима феномену популарне културе и основним аналитичким категоријама за разумевање медијских жанрова популарне културе (од књижевности и стрипа преко филма, музике до телевизије и видео играра). Упознавање са структуралним, продукцијским и рецепцијским законитостима жанра као оквира за категоризацију, производњу и употребу медијског текста, у функцији даљег стручног и научног усавршавања и оспособљености дипломираних студената за самостални истраживачки рад у науци и пракси.			
Исход предмета Продубљено овладавање темељним елементима разумевања популарне културе и медија: критеријумима и начинима дефинисања жанра, значењем жанра у ширем друштвеном контексту, те како се и зашто жанрови мењају и претпајају у нове и како настају хибридни жанрови. Развијање способности студената за критичку анализу медијских садржаја популарне културе.			
Садржај предмета Теоријска настава <i>Увод у студије популарне културе; Врсте жанрова популарне културе: жанрови реалности, такмичарски, уверавања и жанрови фикције; Продукцијски аспекти жанра - глобалне медијске индустрије; Теоријски приступ анализи жанра; Медијске репрезентације: стереотипи и конструкције; Нарација и жанр -формула, наративне стратегије у жанровима фикције и реклама, наративна у жанровима реалности, Хибридност жанра- границе стварног и фиктивног, Talk show емисије: популарна политика ТВ и њене импликације; Такмичења: ТВ квизови, Телевизија реалности: Big Brother, Survivor, coach TV (емисије које се посвећују трансформацији стварности живота, кућног амбијента, тела); Видео игре; Видео спотови као израз хипер логике; Публице и праксе гледања и утицај популарне културе на идентитет, фан култура, spoilers-и</i> Практична настава <i>Анализа наративних стратегија различитих жанрове популарна културе: филмски и телевизијски програми, рекламе, видео игре, игране и документарне серије, серијали итд...</i>			
Литература Berger, A. (1992). <i>Popular Culture Genres: Theories and Texts</i> . Thousand Oaks, California: Sage Eskemazi Pjer Žan (2010). <i>Телевизијске серије – будућност филма?</i> Novi Sad: Akademska knjiga Đorđević, J. (2009). <i>Postkultura</i> . Beograd: Clio Đorđević, J. (2008), <i>Студије културе</i> , Beograd: Službeni glasnik Đurić, D (2011). <i>Diskursi popularne kulture</i> . Beograd: Makart Feuer, Jane (1992) „Genre study and television“, str. 138-59, u Allen, Robert C. <i>Channels of Discourse Reassembled</i> Fiske, J (1989). <i>Understanding Popular Culture</i> , London Kelner, D. (2004). <i>Медијска култура</i> : Beograd: Clio Lipovecki, Ž, Seroa, Ž. (2013). <i>Globalni ekran – od filma do smartfona</i> Moan, R. (2006). <i>Filmski žanrovi</i> . Beograd: Clio Mittell, Jason (2001) „A Cultural Approach to Television Genre Theory“. <i>Cinema Journal</i> 40, No. 3, Spring str. 3-24. <i>Television and Contemporary Criticism</i> . New York: Routledge Omon, Ž., Mari, M. (2007). <i>Analiza film(ov)a</i> . Beograd: Clio			
Број часова активне наставе	Теоријска настава:2	Практична настава:2	
Методe извођења наставе Предавања, дискусије, анализа конкретних примера, писање завршног рада			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена

активност у току предавања	5		
Активност у току вежби	10	усмени испт	35
Есеј	50		

Студијски програм : МАС Комунологија			
Назив предмета: Методологија научноистраживачког рада			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: -			
Циљ предмета			
Циљ курса је да укаже на теоријско-методолошке специфичности истраживања различитих социјалних појава, релевантних за медије, на потребу систематског интердисциплинарног приступа самом проблему.			
Исход предмета			
Студенти у току мастер академских студија треба да стекну знања о методологији научно истраживања и науче да их користе у научноистраживачком раду. Упознавање са различитим социјалним појавама допринеће квалитетнијем обављању новинарског посла.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
Курс чине следеће наставне јединице: основни принципи и методе научноистраживачког рада; критерији за избор узорка; планирање истраживања; квантитативне и квалитативне методе; посматрање; социометрија; научни разговор; телефонска анкета; биографски метод; електронски упитник; демографски приступ. Примена научноистраживачких метода у изучавањима села.			
<i>Практична настава</i>			
На часовима практичне наставе студенти ће, у сарадњи са наставником, урадити самосталан истраживачки рад чије ће резултате презентовати у облику семинарског рада.			
Литература			
Богдановић М. (1993): <i>Методолошке студије</i> , Институт за политичке студије, Београд, стр. 121-178			
Гуд В. и Хет П. (1966): <i>Методи социјалног истраживања</i> , Вук Караџић, Београд, стр. 174-218; 279-295			
Мишић В. (1996): <i>Социолошки метод</i> , Завод за издавање уџбеника, Београд, стр. 431-529; 679-711			
Стојшин, С. (2018). Становништво – социолошка перспектива, Нови Сад: Филозофски факултет.			
Стојшин, С. (2015). Развој и области примене анализе садржаја, <i>Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду</i> , Вол. XL, Бр. 2, стр. 169-188.			
Стојшин, С. (2014). Интернет као предмет истраживања и/или средство за прикупљање података – са освртом на електронски упитник, у <i>Интернет и друштво</i> , међународни тематски зборник радова, приредили Д. Тодоровић, Д. Петровић, Д. Прља, Београд: ССД, ИУП; Ниш:, Филозофски факултет, стр. 197-214.			
Стојшин, Снежана (2014). Квалитативна и/или квантитативна анализа садржаја – специфичности примене, <i>Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду</i> , Вол. XXXIX, Бр. 1, стр. 193-210.			
Фајгељ С. (2010). <i>Метод истраживања понашања</i> , Београд: Центар за примењену психологију, стр.			
Russell, Bernard (2013). <i>Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches</i> , Los Angeles, London, New Delhi: Sage Publications.			
Babbie, E. (2011). <i>The Basics of Social Research</i> , Wadsworth, Cengage Learning. str. 2-91.			
Број часова активне наставе			Остали часови 0
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	
Студијски истраживачки рад: 0			
Методе извођења наставе			
интерактивна метода преко рада у групи и индивидуалног рада, дијалогска метода			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	<i>поена</i>
активност у току предавања	10	усмени испит	50
практична настава	10		
семинар	30		

Студијски програм: МАС Комуникологија
Назив предмета: Нови визуелни медији
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 5
Услов: -
Циљ предмета 1. Упознавање са новим визуелним медијима, са обликовањем и транспоновањем визуелног израза; развијање критичке свести о утицају визуелног на појединца; упознавање са појавним облицима савремене ликовно-медијске сцене и њиховим протагонистима. 2. Проширивање знања о интернету као доминантном медију; овладавање облицима и техникама израза у презентовању идеје на интернету.
Исход предмета 1. Оспособљеност за формулисање, синтезу идеја и презентацију истих у контексту нових медија. Проширивање визуелне перцепције и размишљања у односу на појавне облике визуелног у новим медијима. Оспособљеност за истраживања, обликовања и утврђивања проблема визуелног у различитим електронским медијима. 2. Стечена проширена знања о интернету као новом медију; овладавање техникама визуелног израза у новим медијима. Презентовање информације у новим медијима. Усвајање критичког дискурса према визуелном у новим медијима.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> I. Стари електронски медији. Филм и ТВ. Видео арт. Поливалентност у визуелном обликовању. Уметност као маргинална појава. Облици наивног дизајна. Outsider арт. Развојни пут од идеје до реализације. Психолошко деловање идеје-вируса. Начин медијског експонирања једне идеје. Провокативност и шок као модел промоције. Корпорација /појединац. Виртуелно а реално као факција и фикција. Одсуство идеје, презентација и пост-продукција. II. Интернет као нови доминантни медиј. Фузија традиционалних медија. Децентрализована структура интернета у служби слободe медија. Web нове генерације: могућности и предности. Интерактивност интернета као медија: од активног читаоца до активног новинара. <i>Практична настава</i> Подела радних задатака у оквиру групе. Мотив и идеја, стварање тематског оквира за пројекат. Бележење визуелног. Припремање текста за интернет, хипертекст, новинска фотографија, графика, аудио и видео садржаји на интернету. Завршни испит подразумева презентацију визуелног и писаног материјала који представља јединствену целину, као и публикавање истог на интернету.
Литература Манович, Лев (2015) <i>Језик нових медија</i> , Београд: Клио Тодоровић, Луј, Александар (2014) <i>Интерактивна телевизија</i> : Београд: Клио Хокинс, Пол (2014) <i>Начела визуелне антропологије</i> : Београд: Клио Тјуроу, Џозеф (2012) <i>Медији данас (I)</i> : Београд: Клио Тјуроу, Џозеф (2013) <i>Медији данас (II)</i> : Београд: Клио Гир, Чарли (2011) <i>Дигитална култура</i> : Београд: Клио Greene, Rachel (2004). <i>Internet art</i> . London : Thames&Hudson. Фидлер, Роџер (2004), <i>METAMORPHSIS</i> разумевање нових медија, Београд: Клио Danet, B. (2001). <i>Cyberplay : Communicating online</i> . Oxford: Berg. Paul, Christiane (2003). <i>Digital Art</i> . London : Thames&Hudson. Ристић, Михаило (1986). <i>Видеосфер : видео, друштво, уметност</i> . Београд : Радионица СИЦ. Rush, Michael (2001). <i>New Media in late 20th- Century Art</i> . London : Thames&Hudson. Taschen, Angelika (2007). <i>Fantasy Worlds</i> . Hong Kong, London : Taschen. Tribe, Mark , Iana, Reena (2007). <i>New media art</i> . Köln, London : Tashen. Seib, Philip (2006). <i>Beyond the front lines : how the news media cover a world shaped by war</i> . New York: Palgrave Macmillan Herring, S. C. (2004). <i>Online communication: Through the lens of discourse</i> . (In: M. Consalvo, N. Baym, J. Hunsinger, K. B. Jensen, J. Logie, M. Murero, and L. R. Shade (Eds.), <i>Internet Research Annual</i> , Vol. 1). New York: Peter Lang. Херман, С. Е., Мекчесни, Р. В. (2004). <i>Глобални медији : нови мисионари корпоративног капитализама</i> . Београд : Клио. Cotton, Bob (1997). <i>Understanding hypermedia 2.000: multimedia origins, internet futures</i> . London: Phaidon.

Шуваковић, Мишко (1999). Појмовник модерне и постмодерне ликовне уметности и теорије после 1950. Београд : САНУ.			
Ward, M. (2002). <i>Journalism online</i> . Oxford : Focal press.			
Број часова активне наставе:			60
Предавања: 30	Вежбе: 30	ДОН: –	СИР: –
Остали часови			
Методe извођења наставe			
<i>Теоријска настава:</i> предавања која студенти прате уз помоћ презентационог материјала.			
<i>Практична настава:</i> рад на пројектном задатку и израда инетернетске презентације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена 50	Завршни испит	поена 50
активност у току предавања	10	Приказ практичног рада	30
пројекат	20	усмени испт	20
домаћи задаци	20	

Студијски програм: МАС Комуникологија
Назив предмета: Протокол и вештине убеђивања
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 3
Услов:
<p>Циљ предмета</p> <p>Упознавање са општим карактеристикама и врстама протокола; упознавање са моделима организовања домаћих и међународних конференција; упознавање са различитим типовима вештина убеђивања; стицање увида у различите стратегије и методе убеђивања, уверавања и лобирања; оспособљавање студената да декодирају манипулативне ситуације.</p>
<p>Исход предмета</p> <p>Овладаност основним знањима о различитим врстама протокола и вештинама убеђивања; оспособљеност за вођење протокола; способност студената за организовање различитих типова домаћих и међународних конференција и јавних догађаја; оспособљеност за правилну примену стратегија убеђивања; разумевање значења боја у стратегијама убеђивања; оспособљеност за убедљив јавни наступ у медијима и на различитим скуповима и догађајима.</p>
<p>Садржај предмета</p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Упознавање са основним појмом протокола и врстама протокола; Врсте и структуре конференција; Организација конференција и протокол; Титуле, форме и обраћања; Однос протокола према медијима; Упознавање са основним појмовима убеђивања у пословној комуникацији; Стратегије и методе манипулација; Стратегије и методе убеђивања и уверавања; Стратегије и методе лобирања; Декодирање манипулације; Упознавање са невербалним знацима лагања; Употреба боја и њихова сугестивност у јавном наступу; Вештине убеђивања путем медија.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>Пословни задаци у служби протокола; Симулација организовања различитих врста конференција; Симулација протокола у дипломатско-конзулатном представништву; Препознавање различитих врста стратегија лобирања, манипулација и убеђивања; Препознавање знакова лагања; Симулација убедљивог наступа у медијима; Анализа семинарских радова.</p>
<p>Литература</p> <p>Вељић, Зоран (2008). <i>Дипломатски протокол (треће издање)</i>. Београд: Службени лист и Дипломатска академија. (изабрана поглавља)</p> <p>Борг, Џејмс (2015). <i>Убеђивање – уметност убеђивања људи</i>. Београд: Миба букс. (изабрана поглавља)</p> <p>Ђуровић, Борис (2013). <i>Психологија лагања</i>. Нови Сад: Психополис институт. (изабрана поглавља)</p> <p>Кламан, Мишел (2004). <i>Лобирање</i>. Београд: Клио. (изабрана поглавља)</p> <p>Марковић, Марина (2008). <i>Пословна комуникација</i>. Београд: Клио. (изабрана поглавља)</p> <p>Марковић, Марина (2015). <i>Комуникацијске вештине</i>. Београд: Клио. (изабрана поглавља)</p> <p>Мирков, Лидија (2012). Невербална комуникација бојама у јавном наступу. <i>ЦМ – часопис за управљање комуницирањем</i>. Бр. 25, година 7. (125-142).</p> <p>Михајловић, Бојан (2017). <i>Манипулација</i>. Београд: Институт за економику и финансије. (изабрана поглавља)</p> <p>Пралица, Дејан (2019). Пословна комуникација и политичари – наступ у медијима. <i>Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду</i>. Год 45, бр. 2. (у штампи).</p> <p>Талман, Ив Александар (2013). <i>Декодирање манипулације – разумевање трикова у комуникацији</i>. Београд: МК.</p> <p>Фексеус, Хенрик (2015). <i>Манипулација и моћ – како да разумете људе и утичете на њих, а да они то не примете</i>. Београд: Вулкан. (изабрана поглавља)</p> <p>Фолмар, Клаусбернд (2009). <i>Велика књига о бојама</i>. Београд: Лагуна. (изабрана поглавља).</p> <p>Херман, Ејми Е. (2016). <i>Визуелна интелигенција</i>. Београд: Лагуна. (изабрана поглавља).</p> <p>Шопенхауер, Артур (1997). <i>Еристичка дијалектика или умеће како да се буде у праву објашњено у 38 трикова</i>. Нови Сад: Светови.</p>

Број часова активне наставе	Теоријска настава: 1	Практична настава: 2	
Методe извођења наставе			
Предавања са групном дискусијом; примери и симулација организовања протоколарног догађаја и примена вештина убеђивања у датим ситуацијама (бежбе).			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	-
семинарски рад 1	30	усмени испит	30
семинарски рад 2	35	

Студијски програм : МАС Комуникологија			
Назив предмета: Регулација дигиталних медија			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов:			
Циљ предмета			
Циљ предмета је стицање теоријских и практичних знања о европском и националном законском оквиру који регулише дигиталне медије. Упознавање студената и студенткиња са механизмима саморегулације дигиталних медија. Разумевање етичких стандарда новинарства у дигиталној сфери. Развијање критичког приступа сагледавању процеса регулације, дерегулације, саморегулације и корегулације.			
Исход предмета			
Стечена основна знања о процесу регулације дигиталних медија. Овладаност основним појмовима права у дигиталном окружењу са којима ће се редовно сусретати у новинарској пракси, у радном односу и другим облицима ангажованости у новинарству. Способност критичког сагледавања статуса и положаја новинара у оквиру дигиталне медијске сфере.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
Европски регулаторни оквир. Међународни механизми за промоцију слободе изражавања на интернету. Интернет и нови медијски простор. Конвергенција медија. Дигитални медији и медијска регулатива у Србији. Оснивање и регулација онлајн медија. Механизми за саморегулацију медија у онлајн свету. Професионална етика и дигитално новинарство. Ауторска права и онлајн медији. Дискриминација и говор мржње на интернету. Заштита права малолетника у дигиталним медијима. Заштита личних права и поштовање приватности у дигиталним медијима. Статус и положај новинара у оквиру дигиталне медијске сфере.			
<i>Практична настава</i>			
Анализа медијске регулативе на нивоу Европске уније и појединачних земаља чланица. Упознавање са међународним документима који регулишу дигиталне медије и механизмима за промоцију слободе изражавања на интернету. Препознавање правних и системских прописа о дигиталним медијима у Србији. Анализа механизма за саморегулацију дигиталних медија. Дискусија о смерницама за примену Кодекса новинара Србије у онлајн окружењу. Анализа примера дискриминације и ширења говора мржње на интернету. Анализа коментара читалаца на онлајн порталима.			
Литература (до 10 референци)			
Рук, Р. (2011). <i>Европски медији у дигиталном добу</i> . Београд: С1ио.			
Мартиноли, А. (2019). <i>Регулаторни оквир и пословни модели онлајн медија</i> . Београд: Фондација за отворено друштво.			
Прља, Д, Рељановић, М. Ивановић, З. (2012). <i>Интернет и право</i> . Београд: Институт за упоредно право.			
Хулин, А, Стоне, М. (2013). <i>Водич за саморегулацију онлајн медија</i> . Беч: Организација за сигурност и сарадњу у Европи (ОЕБС).			
Милић, Д. (2016). <i>Водич кроз ауторско право за онлајн медије</i> . Ниш: Асоцијација онлајн медија.			
Милинков, С. (2018). Утицај клијентистичке праксе на медијски садржај и слободу медија. Годишњак <i>XLIII-1</i> . Нови Сад: Филозофски факултет.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 1		Практична настава: 2
Методe извођења наставе теоријска настава, предавања, интерактивна настава која укључује анализирање медијских примера, моделовање; практична настава, вежбе, истраживање, моделовање и извештавање.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 70	Завршни испит	Поена 30
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	35	усмени испт	30

колоквијум-и			
семинар-и	30		

Студијски програм: МАС Комуникологија			
Назив предмета: Теорије комуницирања			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: -			
Циљ предмета			
Упознавање студената са целином теорија о комуницирању и из њих изведених модела комуницирања, стицање увида у друштвене и научне околности у којима су настајале теорије о комуницирању и оспособљавање студената да препознају и вреднују теоријско-методолошки значај најважнијих теорија у савременим истраживањима комуникационе праксе човека.			
Исход предмета			
Студент познаје и разуме најважније теорије комуницирања, препознаје међузависности различитих филозофско-научних оквира и сазнајних постулата у теоријама о комуницирању; разликује доминантне парадигме и праваце у корпусу теорија о комуницирању; способан је да самостално употребљава појмовно-категоријални апарат теорија комуницирања и да уочи епистемолошке импликације у проучавању комуницирања као свепрожимајућег феномена друштвеног живота.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава:</i> 1) Друштвени услови и филозофско-научни оквири настанка различитих теорија о комуницирању; 2) Рани концепти о комуницирању; 3) Математичка теорија комуницирања; 4) НО теорија и теорије које су је критички преиспитивале и негирале; 5) Теорија симболичке интеракције и њени теоријски деривати; 6) Теорије и модели комуницирања који припадају доминантној парадигми у истраживању комуницирања у САД; 7) Теорија о комуницирању као парасоцијалној интеракцији; 8) Критичка теорија друштва о комуницирању; 9) Теорија комуникативног деловања vs. функционално-системској теорији; 10) Културолошке теорије о комуницирању; 11) Теоријски приступи публици, 12) Теорија медија и еколошки приступ комуницирању; 13) Постмодерне теорије о комуницирању; 14) Теоријски приступи дигиталном комуницирању <i>Практична настава:</i> припрема усмених експозеа и есеја о могућностима примене теорија комуницирања на проучавање и анализу савремених комуникацијских феномена.			
Литература			
<i>Уџбеници</i>			
Богданић, А. (1996). <i>Комуникологија, водећа парадигма</i> . Београд: Чигоја. (одабрана поглавља)			
Врег, Ф. (1990). <i>Демократско комуницирање</i> . Сарајево: НУБ БиХ. (одабрана поглавља)			
Mc Quail, Denis (1994). <i>Mass Communication Theory</i> . London: SAGE. (одабрана поглавља)			
<i>Додатна литература</i>			
Еко, У. (1973). <i>Kultura, informacija, komunikacija</i> . Beograd: Nolit.			
Bodrijar, Ž. (1991). <i>Simulakrumi i simulacija</i> . Novi Sad: IP Svetovi.			
Brigs, A. & Kobli, P. (ur.). (2005). <i>Uvod u studije medija</i> . Beograd: Clio.			
Bolter, J. D. and Grusin, R. (1998). <i>Remediation: Understanding New Media</i> . Cambridge, MA: MIT Press			
Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., and Woollacott, J. (eds.) (1982). <i>Culture, society and the media</i> . London and New York: Routledge.			
Janićijević, J. (2007). <i>Kultura i komunikacija</i> . Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.			
Kelner, D. (2004). <i>Medijska kultura: studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma</i> . Beograd: Clio			
Makluan, M. (1971). <i>Poznavanje opština čovekovih produžetaka</i> . Beograd: Prosveta.			
<i>Одговарајући текстови у референтним часописима за научну област.</i>			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	
Методe извођења наставе			
<i>Теоријска настава:</i> усмена предавања илустрована презентацијама у Power Point-у.			
<i>Практична настава:</i> дискусија о претходно саопштеним експозеима или есејима			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	усмени испит	30
практична настава	30		
семинарски рад	35		

Студијски програм: МАС Комуникологија			
Назив предмета: Увод у веб дизајн			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Овладавање основама израде веб страница и система за управљање садржајем. Циљ предмета је да упозна студенте са основним могућностима језика за означавање хипертекста (HTML) и каскадног описа стилова (CSS) за прављење и декорацију веб страница као и са основама коришћења WordPress платформе за прављење и одржавање веб страница и блогова.			
Исход предмета			
Познавање језика за означавање хипертекста (HTML) и каскадног описа стилова (CSS) омогућиће студентима разумевање и примену основних алата за израду веб страница. Студент треба да савлада и коришћење система за управљање садржајем (CMS) и коришћење едитора за израду веб страница. Курс обухвата садржаје потребне за полагање ECDL (European Computer Driving Licence) модула „Обрада интернет страница“.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
1. Основни појмови рачунарских мрежа и интернета			
2. HTML - језик за означавање докумената (структура докумената, наслови, пасуси, листе, линкови, слике, табеле, мултимедија, обрасци).			
3. CSS - каскадни опис стилова (селектори и декорације, декорисање HTML докумената, боја и фонт, модел кутије, inline и блок-елементи).			
4. WordPress - систем за управљање садржајем (инсталација и подешавање, администрација, управљање садржајем, странице, чланци, менији, теме, вицети, додаци, HTML и CSS).			
<i>Практична настава</i>			
На вежбама се програми, обрађени у теоријском делу курса, илуструју практичним примерима, респективно.			
Литература (до 10 референци)			
Laura Lemay, Rafe Colburn, Jennifer Kyrnin, <i>HTML5, CSS3 i JavaScript za razvoj veb strana</i> , Компјутер библиотека, Београд, 2016			
Karol Król, <i>WordPress 4.x u celosti</i> , Компјутер библиотека, Београд, 2015			
<i>HTML5 Tutorial</i> , https://www.w3schools.com/html/			
<i>CSS Tutorial</i> , https://www.w3schools.com/css/			
Zoltan Geler, Karlo Bala, <i>Uvod u veb dizajn - prezentacije, skripte, video tutorijali</i> , http://informatika.ff.uns.ac.rs			
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	Практична настава:	
Методe извођења наставе			
Теоријска настава. Вежбе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Два колоквијума	60 (=40+20)	Писмени испит	40

Студијски програм: МАС Комуникологија			
Назив предмета: Студијски истраживачки рад у функцији израде мастер рада (СИР)			
Статус предмета: Обавезан			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Претходно положени сви испити предвиђени програмом			
Циљ предмета Овладавање стратегијама за активну примену знања и вештина неопходних за утврђивање предмета истраживања, планирање истраживања, припремање радне библиографије, прикупљање и анализирање извора и литературе, израду нацрта структуре рада и саопштавање резултата истраживања.			
Исход предмета Студенти су оспособљени за спровођење теоријског или емпиријског истраживања, представљање резултата истраживања и писање мастер рада.			
Садржај предмета Дефинисање теме, односно предмета истраживања и у складу с тим избор одговарајућих метода и техника истраживања, утврђивање теоријског оквира истраживања. Састављање радне библиографије и израда плана истраживања. Прикупљање и анализирање релевантне грађе и литературе. Дефинисање структуре рада (поглавља, библиографија.).Критичко промишљање ексцерпираних грађе и релевантне литературе. Писање прве/радне верзије мастер рада.			
Литература Литература релевантна за реализацију студијског истраживачког рада формулише се у договору са наставником и у складу са одабраном темом и предметом истраживања.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 0	Практична настава: 0
Методe извођења наставе Индивидуални и самостални истраживачки рад студента; менторски рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Нацрт истраживања	30	Писана презентација резултата истраживања	70