



КЊИГА СТАНДАРДА

**СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА:
ОАС "Креативни маркетинг"**

Београд, 2024.

САДРЖАЈ:

Стандард 1: Структура студијског програма.....	3
Стандард 2: Сврха студијског програма.....	5
Стандард 3: Циљеви студијског програма.....	7
Стандард 4: Компетенције дипломираних студената студијског програма.....	9
Стандард 5: Курикулум студијског програма Креативни маркетинг.....	11
Стандард 6: Квалитет, савременост и међународна усаглашеност студијског програма....	13
Стандард 7: Упис студената на студијски програм.....	15
Стандард 8: Оцењивање и напредовање студената.....	18
Стандард 9: Наставно особље.....	20
Стандард 10: Организациона и материјална средства.....	22
Стандард 11: Контрола квалитета.....	25
Стандард 12: Студије на даљину.....	27
Стандард 14: ИМТ (интердисциплинарни, мултидисциплинарни и трансдисциплинарни) студијски програм.....	28

Стандард 1: Структура студијског програма

Стандард 1: Структура студијског програма

Студијски програм садржи елементе утврђене законом.

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

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

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

Студијски програм "Креативни маркетинг" обухвата следеће области:

- **Маркетинг:** Ова област проучава различите методе и тактике којима се производи и услуге пласирају на тржиште. Укључује основе маркетинга, маркетинг истраживање и аналитику, дигитални маркетинг, онлине оглашавање и SEO, медијско оглашавање, интегрално управљање кампањама, интегрисане маркетинг комуникације, и менаџмент продаје у креативним индустријама.
- **Дизајн и визуелна комуникација:** Овај сегмент програма фокусира се на историју и теорију дизајна, као и на различите аспекте визуелне комуникације. Укључује елементе као што су основе дизајна, дигитална фотографија, креирање визуелног идентитета, веб дизајн, сценска продукција, и десктоп публсхинг.
- **Комуникологија и медији:** Ова област укључује проучавање медија, медијске аналитике, односе с јавношћу, јавни и медијски наступ, и маркетинг на друштвеним медијима.
Креативност и вођење: Ова област обухвата предмете који су дизајнирани да подстакну креативност и развију вештине вођења. Ово укључује креативно писање, креативно мишљење и стратегије, вођење креативног процеса, арт дирекцију, и агилно управљање пројектима.
- **Пословна администрација и менаџмент:** Ова област обухвата теме које су усмерене на разумијевање и управљање пословањем. Укључује менаџмент, менаџмент догађаја, емплоуер брандинг, бренд менаџмент, предузетништво,

финансије у креативним индустријама, и ЦРМ.

- Правне студије: Обухвата основе пословног и ауторског права.
- Информационе технологије: Фокусирају се на дигиталне аспекте маркетинга и дизајна, укључујући дигиталне иновације и трансформације, векторску графику, вештачку интелигенцију, динамичне веб сајтове, УХ веб дизајн, веб аналитику, и електронско пословање.
- Страни језици: Програм укључује учење пословног енглеског језика.
- Психологија: Психологија потрошача је битан део програма, јер се проучавају понашања и мотивације потрошача.
- Стручна пракса: Студенти добијају практично искуство кроз стручну праксу.

Ове области заједно синкретички чине читаву област деловања.

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

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

Евиденција: Публикација установе (у штампаном или електронском облику, сајт институције)-Прилог 1.1

Стандард 2: Сврха студијског програма

Стандард 2: Сврха студијског програма

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

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг има за циљ да образује студенте за уникатна и јасно дефинисана занимања у области маркетинга. Основна сврха је стицање друштвено значајних и корисних компетенција које подржавају истакнуте циљеве наше високошколске установе.

2.1 Конкретно, програм је развијен да обучи студенте за аналитичко и креативно ангажовање у оквиру креативних индустрија, са акцентом на маркетинг. Наша сврха је да студентима пружимо образовање које их подготавља за препознавање и примену креативних маркетиншких стратегија.

2.2 Наш студијски програм усаглашен је са основним циљевима наше високошколске установе, пружајући студентима вештине и знања која ће им бити потребна за успешну каријеру у области креативног маркетинга, али и за даље академско образовање, на пример, мастер студије.

2.3 Наша мисија је јасно формулисана: створити стручњаке способне за разумевање и анализу друштвених система у којима раде, способне да препознају и испуни свој потенцијал кроз креативне маркетиншке стратегије. Студентима нудимо образовање које омогућава смислен, креативан и аналитички приступ креативним индустријама и маркетингу, једнако снажан у теорији колико и у пракси.

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

Сврха ОАС Креативни маркетинг је такође подстицање студената да самоиницијативно истражују прилике за креативно деловање у области маркетинга, користећи своје стечено знање и вештине у примени креативности у друштвени систем. Један од кључних циљева програма је унапређивање стандарда на тржишту креативних индустрија, потпомажући промену савремене парадигме и интеграцију креативности у сваки елемент друштва.

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

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

ОАС Креативни маркетинг посебно се фокусира на подстицање предузетничког духа код студената. Студентима се пружају знања и вештине које им омогућавају не само да постану вредни доприносилац на тржишту рада, већ и да започну своје предузетничке подухвате у области креативног маркетинга.. Узимајући у обзир све ове елементе, овај студијски програм обучава студенте да разумеју све аспекте предузетништва и подготавља их да би успешно покренули и водили своје сопствене бизнисе.. Сви ови предмети доприносе стварању једне целовите образовне основе која подстиче предузетнички дух и омогућава студентима да стекну неопходне компетенције за успех у савременом бизнис окружењу. Такође, ови предмети усмеравају студенте ка активној роли на тржишту рада и уче их и како да буду успешни запослени у оквиру креативних индустрија, менаџери, али и послодавци.

Евиденција: Публикација установе (у штампаном или електронском облику, сајт институције)-Прилог 1.1

Стандард 3: Циљеви студијског програма

Стандард 3: Циљеви студијског програма

Студијски програм има јасно дефинисане циљеве.

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

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

- Обучавање студената за креативно и аналитичко размишљање у области маркетинга: Овај циљ је фокусиран на развијање способности студената да мисле критички и креативно о маркетиншким стратегијама и техникама. Он укључује понављање и анализу постојећих маркетиншких кампања, као и стварање и тестирање нових идеја. Овај циљ је од виталног значаја за било кога ко ради у области маркетинга, јер је способност да се прилагоди и иновира кључна за успех у овој индустрији.
- Развијање вештина у области дизајна, дигиталног маркетинга, комуникација и менаџмента: Овај циљ је усмерен на припрему студената са вештинама које су неопходне за креирање и пласирање ефикасних маркетинг кампања. Он подразумева детаљно разумевање дизајнерских принципа, дигиталних маркетинг алата и платформи, ефективне комуникације и менаџмента пројекта.
- Подстицање самосталног рада и критичког мишљења, као и способности за управљање пројектима и тимовима: Овде се циља на развијање вештина које су важне за било кога ко жели да води пројекте или тимове. То укључује способност да раде самостално и да праве информисане и критичке одлуке, као и способност да ефективно координишу и управљају тимовима.
- Обучавање студената за ефикасно коришћење различитих дигиталних алата и платформи: Данас је дигитални маркетинг неопходан аспект маркетинга. Овај циљ је усперен на обучавање студената да ефикасно користе различите дигиталне алате и платформе које су на располагању, као што су социјални медији, SEO, е-маил маркетинг и друге дигиталне платформе за оглашавање.
- Обучавање студената за разумевање и примену принципа брендирања и управљања брендovima: Брендирање је есенцијални аспект маркетинга и овај циљ је усперен на обучавање студената да разумеју и примене основе брендирања, као и да управљају брендovima на ефикасан начин.
- Припрема студената за менаџмент продаје и CRM: Овај циљ је фокусиран на обучавање студената за управљање продажним процесима, као и за коришћење система за управљање односима са купцима (CRM) на најефикаснији могући начин.

- Обучавање студената за разумевање и примену принципа односа с јавношћу и корпоративног комуникационог процеса: Овај циљ подразумева да студенти стекну способност да ефективно комуницирају и изграде позитивне односе с јавношћу и различитим заинтересованим странама.
- Подстицање учења и развоја кроз практично искуство и реалне пројекте: Кроз студије и стручну праксу, циљ је да се студенти подстакну на примену наученог на реалним пројектима и ситуацијама, што би им омогућило да стекну вредно искуство и да се припреме за успешну каријеру у области креативног маркетинга.

Студијски програм Основних академских студија (ОАС) Креативни маркетинг има циљ да развије компетентне, иновативне и преузимљиве професионалце у области маркетинга.

Циљеви нашег програма укључују и:

- Развој академских и професионалних вештина у области креативног маркетинга, укључујући способност примене теоријских концепата на практичне сценарије (3.1).
- Развој способности критичког мишљења и решавања проблема, како би наши студенти били у стању да се ефикасно суочавају са изазовима у свету креативног маркетинга (3.1).
- Усаглашеност са основним задацима и циљевима наше високошколске установе, који обухватају пружање квалитетног образовања и подстицање иновација и преузимање иницијативе (3.2).
- Наш програм такође има за циљ да подстицање предузетничког духа међу студентима и подготви их за тржиште рада. Циљеви програма су усклађени са тренутним и будућим потребама тржишта рада, како би наши студенти били у стању да направе директан утицај на своје послодавце и стекну значајне практичне вештине које су им потребне за успех у области креативног маркетинга (3.4).

Евиденција: Публикација установе (у штампаном или електронском облику, сајт институције)-Прилог 1.1

Стандард 4: Компетенције дипломираних студената студијског програма

Стандард 4: Компетенције дипломираних студената студијског програма

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

Дипломирани студенти програма Основних академских студија (ОАС) Креативни маркетинг развијају опште и предметно-специфичне способности које их припремају за квалитетан рад у професионалном, научном и уметничком контексту у области креативног маркетинга..

Студенти развијају опште способности као што су анализа, синтеза и предвиђање решења и последица у контексту маркетинга. Они су у стању да користе различите методе, поступке и процесе истраживања у својим стручним задацима. Студенти такође развијају критичко и самокритичко мишљење, способност примене знања у пракси, комуникационе вештине, и професионалну етику у области пословања, предузетништва односно креативног маркетинга (4.1).

У оквиру предметно-специфичних способности, студенти развијају темељно познавање и разумевање дисциплине креативног маркетинга. Они су обучени да решавају конкретне проблеме користећи научне методе и поступке, да повезују основна знања из различитих области и да их примене, да прате и примене новине у струци, и да развијају вештине и спретности у употреби знања у одговарајућем подручју. Студенти такође стичу вештине употребе информационо-комуникационих технологија у области креативног маркетинга. (4.2).

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

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

Што се тиче предузетништва, студенти ће имати способности да идентификују и развију предузетничке идеје и приступе, разумевају значај иновација у бизнису и маркетингу, и да развију бизнис моделе и стратегије за комерцијализацију производа или услуга. Они ће бити обучени да разумеју и примене основе менаџмента, организације и управљања пројектима.

У контексту тржишта рада, студенти ће бити у стању да примене своја знања и вештине на реалним пословним случајевима, да учествују у пројектима и иницијативама који захтевају међународну сарадњу, и да разумеју трендове и промене на тржишту рада које могу утицати на њихову каријеру.

Све у свему, дипломирани студенти програма ОАС Креативни маркетинг су обучени да би били динамични, адаптивни и компетентни професионалци у својој области.

У коначном исходу, студенти програма ОАС "Креативни маркетинг" обучени су да буду водећи професионалци и иноватори у својим областима, са способношћу да утичу на позитивне промене на локалном и глобалном нивоу.

Евиденција :

Додатак дипломе-Прилог 4.1

Стандард 5: Курикулум студијског програма Креативни маркетинг

Стандард 5: Курикулум студијског програма Креативни маркетинг

Курикулум студијског програма садржи листу и структуру обавезних и изборних предмета и модула и њихов опис. Основна изборност уметничких студија уграђена је у главни предмет.

Курикулум студијског програма Креативни маркетинг креиран је са циљем да студентима омогући стицање образовања и вештина које су неопходне за успешно обављање каријере у области креативног маркетинга.

Постоји пет типова предмета у овом студијском програму:

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

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

Студијски програм ОАС Креативни маркетинг обухвата предмете на студијском програму се деле на: 1) обавезне предмете, 2) изборне предмете.

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

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

за индустрију креативног маркетинга.

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

- стручно апликативна и уметничка група предмета 65,63%
 - академско образовни и остала група предмета 5,83%
 - теоријско-методолошка, научно стручна и теоријско уметничка група предмета. 28,54%
- степен изборности 22,08%

Табела 5. 1. Распоред предмета по семестрима и годинама студија за студијски програм првог нивоа студија

Табела 5.1а Распоред предмета по семестрима и годинама студија за основне струковне студије (ОСС), специјалистичке струковне студије (ССС) и основне академске студије (ОАС).

Табела 5.2. Спецификација предмета

Табела 5.2а Књига предмета

Табела 5.3 Изборна настава на студијском програму

Табела 5. 4. Листа предмета на студијском програму првог нивоа, по типу предмета: Уметнички предмети и Теоријско-уметнички предмети, Друштвено хуманистички предмети

Извештај 1. Извештај о структури студијског програма

Евиденција:

Прилог 5.1. Књига предмета

Прилог 5.2. Одлука о прихватању студијског програма од стране стручних органа високошколске установе.

Стандард 6: Квалитет, савременост и међународна усаглашеност студијског програма

Стандард 6: Квалитет, савременост и међународна усаглашеност студијског програма

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

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

Главни акценат овог студијског програма је савременост. Пратећи нове токове и трендове, потражњу на тржишту и потребу за мултитаскинг појединцем, ОАС креативни маркетинг кроз теоријску потпору и практичне примере и праксу студенте упознају са радом на терену, на конкретном пројекту, у различитим условима и околностима. Користећи савремене технологије у образовању и идући у корак са временом, студенти су оспособљени да своје знање касније примене у било којој, пре свега европској, развијеној земљи.

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

Студијски програм Креативни маркетинг развијен је у складу са савременим глобалним трендовима у области маркетинга и дизајна. Он укључује најновија научна и стручна сазнања из ових области, чиме се студентима пружа актуелно и конкурентно образовање (6.1).

Програм је целовит и усаглашен са другим програмима наше високошколске

установе. Сви предмети су пажљиво изабрани и структурирани тако да студенти стекну комплексна знања и вештине потребне за успешну каријеру у области креативног маркетинга (6.2).

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

Такође, наш студијски програм је формално и структурно усклађен са утврђеним предметно-специфичним стандардима за акредитацију, што обезбеђује квалитет и усаглашеност нашег програма (6.4).

Конечно, наш студијски програм је усаглашен са европским стандардима у погледу услова уписа, трајања студија, услова преласка у наредну годину, стицања дипломе и начина студирања и упоредивости програма. Ово обезбеђује да наши студенти стекну препознатљиве и упоредиве квалификације (6.5).

Евиденција

Документација о најмање три акредитована инострана програма, са којим је програм усклађен - Прилог 6.1,2,3,

Стандард 7: Упис студената на студијски програм

Стандард 7: Упис студената на студијски програм

Упис на студијски програм Креативни маркетинг обавља се у складу са ресурсима наше високошколске установе и потребама друштва. Број студената који се уписује на овај програм утврђен је на основу наших просторних и кадровских могућности, те се осигурава да сваки студент има адекватну подршку и ресурсе потребне за успешно студирање (7.1).

При упису, наши кандидати прођу кроз процес провере својих знања, склоности и способности. Врста знања која се проверавају при упису специфична је за област креативног маркетинга и дизајна, што може укључивати проверу теоријских знања, креативних вештина, и практичних умећа кроз различите методе као што су писани тестови, интервјуи и преглед портфолиа (7.2).

Детаљи о нашем процесу уписа, укључујући врсту знања која се проверавају и методе провере, објављују се у нашем конкурс за упис. Ово осигурава транспарентност и јасноћу процеса уписа за све будуће студенте (7.2).

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

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

Пријемни испит за Креативни маркетинг је организован из три дела:

1. део пријемног испита: тест опште културе
2. део пријемног испита: есеј на задату тему
3. део пријемног испита: разговор са комисијом

Пријемни испит организује се у јулу и септембру, траје два дана и одвија се кроз два нивоа: предају документације и полагање пријемног. Ранг листа за упис на Основне академске студије Креативног маркетинга формира се на основу резултата остварених на пријемном испиту. Структура поена које кандидат може да оствари приликом процедуре пријема је следећа: успех остварен у средњој школи –40 поена; успех на матурском испиту - 20 поена, тест опште културе – 20 поена; есеј на задату тему/медијски извештај 10 поена, интервјуа са Комисијом – 10 поена. Максималан број поена које кандидат може да оствари је 100, док је праг полагања пријемног испита 55 поена. Број поена који носи сваки појединачни критеријум објављује се у конкурсној документацији. Поред наведене документације, одржавање пријемног

испита врши се и у складу са релевантном документацијом факултета и Универзитета Привредна академија у Новом Саду.

Назив високошколске установе	Факултет савремених уметности, Београд. Универзитет Привредна академија у Новом Саду
Назив студијског програма	ОАС Креативни маркетинг
1. Просечан успех четворогодишњег средњег образовања	40%
2. Успех на матурском испиту из Српског/Матерњег језика и књижевности	10%
3. Успех на матурском испиту из Математике	0%
4. Успех на матурском испиту из предмета који/е је факултет одредио са Листе општеобразовних предмета (за гимназије и стручне/уметничке образовне профиле који немају директну проходност)	10%
4а. Навести који се општеобразовни предмети са Листе вреднују	Историја или Страни језик или Географија
5. Успех из теоријског дела стручног/уметничког матурског испита (за стручне/уметничке образовне профиле који имају директну проходност)	10%
5а. Навести прецизно који стручни и уметнички образовни профили имају директну проходност за одређени студијски програм	Сви профили имају директну проходност уз обавезу полагања Испита склоности и способности
6. Успех на додатним испитима за проверу знања, склоности и способности	40%

6a. Навести врсту испита	Испит склоности и способности
7. Успех на такмичењима које вреднује факултет - Међународна, републичка, покраинска, окружна итд: Прво место - 15 поена, друго место 10 поена, треће место 5 поена	додатни бодови према процени факултета

Евиденција:

Табела 7.1. Преглед броја студената који су уписани на студијски програм у текућој и претходне две године.

Табела 7.2. Преглед броја студената који су уписани на студијски програм по годинама студија у текућој школској години.

Прилог 7.1. Конкурс за упис студената;

Прилог 7.2. Решење о именовању комисије за пријем студената.

Прилог 7.3. Услови уписа студената (извод из Статута институције, или други документ) - (прилози су исти као прилози који се дају у документацији за акредитацију установе, уз програм се прилажу само у електронској верзији). Институција је дужна да при упису на мастер студије води рачуна о претходно стеченим компетенцијама кандидата.

Стандард 8: Оцењивање и напредовање студената

Стандард 8: Оцењивање и напредовање студената

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

Савладавање студијског програма се остварује полагањем испита, што омогућава студенту да стекне одређени број ЕСПБ бодова у складу са студијским програмом (8.1). Сваки предмет у програму Креативни маркетинг носи одређени број ЕСПБ бодова који студент стиче када успешно положи испит (8.2).

Број ЕСПБ бодова утврђује се на основу радног оптерећења студента у савлађивању одређеног предмета, користећи јединствену методологију наше високошколске установе (8.3).

Успешност студента у савлађивању предмета континуирано се прати током наставе и изражава се поенима. Максималан број поена који студент може остварити на предмету је 100 (8.4). Поени се стичу кроз активности у настави, испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита. Минималан број поена који студент може стећи испуњавањем предиспитних обавеза је 30, а максималан 70 (8.5).

Сваки предмет из студијског програма има јасан и објављен начин стицања поена. Ово укључује детаљне информације о броју поена који се могу стећи за сваку посебну активност током наставе, испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита (8.6).

Укупан успех студента на предмету изражава се оценом од 5 (није положио) до 10 (одличан). Оцена студента је заснована на укупном броју поена које је студент стекао испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита, а такође и на квалитету стечених знања и вештина (8.7).

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

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

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

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

71 – 80	8
81 – 90	9
91 – 100	10

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

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

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

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

Табела 8.1. Збирна листа поена по предметима које студент стиче кроз рад у настави и полагањем предиспитних обавеза као и на испиту.

Табела 8.2. Статистички подаци о напредовању студената на студијском програму.

Евиденција:

Прилог 8.2. Књига предмета

Стандард 9: Наставно особље

Стандард 9: Наставно особље

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

Студијски програм ОАС "Креативни маркетинг" је пажљиво дизајниран тако да задовољи стандард 9 упутства за примену. У нашем тиму наставника број је у потпуности усаглашен са потребама студијског програма и зависи од броја предмета и броја часова на тим предметима.

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

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

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

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

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

Табела 9.0. Укупни подаци о наставном особљу у установи (листа се формира приликом уноса података у електронски формулар, установа је обавезна да у ову табелу унесе све податке који се траже).

Табела 9.1. Научне, уметничке и стручне квалификације наставника и задужења у настави

Табела 9.1.а. Књига наставника - студијски програм.....(назив програма)

Табела 9.2.Листа ангажованих наставника са пуним радним временом на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Табела 9.3. Листа наставника ангажованих са непуним радним временом на студијском

програму/свим програмима/друга ВУ.

Табела 9.4. Листа осталих ангажованих наставника - допунски рад на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Табела 9.5. Листа сарадника ангажованих са пуним радним временом на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Табела 9.6. Листа сарадника ангажованих са непуним радним временом на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Табела 9.7. Листа осталих ангажованих сарадника - допунски рад на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Табела 9.8. Збирни преглед броја свих наставника по областима, и ужим научним или уметничким областима ангажованих на студијском програму/ свим програмима/друга ВУ.

Евиденција:

Прилог 9.1. Изводи из електронске базе података (ЕБП) пореске управе републике Србије (ПУРС) са потписом и печатом и то у електронској и папирној форми уз Захтев.

Прилог 9.2. Уговори о раду, избори у звања, дипломе, сагласности, изјаве, МА и М1/М2, наставника са пуним радним временом на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Прилог 9.3. Уговори о раду, избори у звања, дипломе, сагласности, изјаве, МА и М1/М2, наставника са непуним радним временом на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Прилог 9.4. Уговори о ангажовању, избори у звања, дипломе, сагласности и изјаве, наставника - допунски рад на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Прилог 9.5. Уговори о раду, избори у звања, дипломе, сагласности, изјаве, МА и М1/М2, сарадника са пуним радним временом на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Прилог 9.7. Уговори о ангажовању, избори у звања, дипломе, сагласности и изјаве сарадника - допунски рад на студијском програму/свим програмима/друга ВУ.

Прилог 9.6. Правилник о избору наставног особља на Установи.

Прилог 9.7. Уговори о ангажовању наставника из иностранства на студијском програму;

Прилог 9.8. Одлука Сената и Савета о избору гостујућег професора.

Прилог 9.9. Доказ о боравку за стране држављане издат од надлежног органа.

Напомена:

Треба доставити у посебном фолдеру Табеле и Прилоге за Високошколску установу и то: **Стандард 6.** Наставно особље (**Табела 6.1 – 6.7** и **Прилог 6.3 – 6.8**).

Стандард 10: Организациона и материјална средства

Стандард 10: Организациона и материјална средства

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

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

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

Факултет савремених уметности поседује укупно **5634.24 м²** и то: 3829.24 м² закупљеног простора на локацији Светозара Милетића 12, простор који је у власништву оснивача (Високе школе струковних студија за информационе технологије), као и просторије у закупу од закупца Високе школе струковних студија за информациони технологије 706.00 м². Поред тога, Факултет савремених уметности има у закупу 358.60 м² поседује и простор у закупу који је такође у власништву оснивача Високе школе струковних студија за информационе технологије, на локацији Светозара Милетића 16., а користи и простор у закупу у РКБ Београд на четвртом спрату у површини од 1057.00 м², на III спрату и 42 м² на четвртом спрату.

У случају студијског програма ОАС Креативни маркетинг како се планира упис **100** студената по години (студије трају четири године што чини 100 x 4=400 студената), а како је у складу са важећим стандардом неопходна површина од 2м² по студенту, Факултет је за овај студијски програм обезбедио потребних 800 м² за обављање наставе у сменама. Заједно са осталим студијским програмима неопходна површина за реализацију свих студијских програма је укупно **5634.24 м²**, чиме доказујемо да имамо расположиву површину за реализацију свих студијских програма.

10.2 Установа има простор у власништву а тамо где наша установа изнајмљује простор, закључен је уговор о закупу на најмање 7 година, са детаљним описом структуре простора.

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

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

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

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

10.7 Обезбеђена је адекватна уџбеничка литература, учила и помоћна средства која су доступна на време и у довољном броју за нормално одводвијање наставног процеса у оквиру студијског програма "Креативни маркетинг".

10.8 У оквиру нашег студијског програма, обезбеђена је потребна информациона технологија. Студенти и наставници имају приступ савременим компјутерима, пројекторима, како би могли да прате и учествују у настави која је оријентисана ка дигиталним технологијама, што је кључно за креативни маркетинг. Поред тога, постоји стабилна и брза интернет веза како би се обезбедило непрекидно учење и комуникација.

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

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

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

Табела 10.1. Листа просторија са површином у високошколској установи у којој се изводи настава на студијском програму:

Табела 10.2. Листа опреме за извођење студијског програма.

Табела 10.3. Листа библиотечких јединица релевантних за студијски програм.

Табела 10.4. Листа уџбеника доступна студентима на студијском програму.

Табела 10.5. Покривеност обавезних предмета литературом (књигама, збиркама, практикумима..., које се налазе у библиотеци или их има у продаји.

Евиденција:

Прилог 10.1. Доказ о власништву, уговори о коришћењу или уговори о закупу.

Прилог 10.2. Извод из књиге инвентара.

Прилог 10.3. Доказ о поседовању информационе технологије, броја интернет прикључака и сл. (ови прилози су исти као прилози који се дају у документацији за акредитацију установе, уз програм се прилажу само у електронској верзији).

Напомена:

Треба доставити у посебном фолдеру Табеле и Прилоге за Високошколску установу и то: Стандард 9. Простор и опрема (Табела 9.1 – 9.3 и Прилог 9.1 – 9.2).

Стандард 11: Контрола квалитета

Стандард 11: Контрола квалитета

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

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

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

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

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

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

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

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

Табела 11.1 Листа чланова комисије организационих јединица задужених за квалитет (Комисије за квалитет,...) на Установи.

Табела 11.2. Листа чланова Одбора за квалитет, ако постоји.

Евиденција:

Прилог 11.1. Извештај о резултатима самовредновања Установе; Извештај о самовредновању студијског програма..

Прилог 11.2. Јавно публикован документ – Политика обезбеђења квалитета- Установе.

Прилог 11.3. Правилник о уџбеницима на Установи.

Прилог 11.4. Извод из Статута Установе којим се регулише оснивање и делокруг рада организационих јединица задужених за квалитет (комисије за квалитет...).

Стандард 12: Студије на даљину

Стандард 12: Студије на даљину

Факултет савремених уметности у Београду у овом циклусу Акредитације не организује студије на даљину.

Стандард 14: ИМТ (интердисциплинарни, мултидисциплинарни и трансдисциплинарни) студијски програм

Стандард 14: ИМТ (интердисциплинарни, мултидисциплинарни и трансдисциплинарни) студијски програм

Под ИМТ студијским програмима подразумевају се интердисциплинарни, мултидисциплинарни и трансдисциплинарни студијски програми који обухватају материју из две или више области из истог или различитих поља.

ИМТ студијски програми се могу организовати у оквиру студија сва три нивоа и обе врсте високог образовања.

Опис (највише 300 речи)

Студијски програм "ОАС Креативни маркетинг" на Факултету савремених уметности представља иновативни програм првог степена на основним академским студијама. Овај програм, са носиоцем 240 Европских система преноса бодова (ЕСПБ), има за циљ да обучи студенте у области креативног маркетинга и уметничког менаџмента, припремајући их за професионалне улоге у културној и медијској индустрији.

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

Студенти на програму "ОАС Креативни маркетинг" стичу компетенције у маркетингу, културном менаџменту, и уметничком креативном изражавању. Програм се акредитује посебно и обезбеђује испуњавање стандарда на основу доступних ресурса и ангажовања квалификованог кадра.

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

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

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

Студијски програм представља основне академске студије у интердисциплинарној,

мултидисциплинарној и трансдисциплинарној области.

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

Основне академске студије дигиталне мултимедије се изводе током четири године односно осам семестара.

Табеле и Прилози за стандард 14:

[Табела 14.1.](#) Списак предмета из прве главне области.

[Табела 14.2.](#) Списак предмета из друге главне области.

[Прилог 14.1.](#) Статут Универзитета у коме је дефинисана реализација ИМТ СП у оквиру ВЈ

[Прилог 14. 2.](#) Споразум са високошколским институцијама у оквиру универзитета чији се ресурси користе за реализацију студијског програма, у коме су дефинисана међусобна права и обавезе ВЈ и ових институција. [Не треба.](#)

[Прилог 14.3..](#) Конкурс за упис студената. [\(дат у оквиру стандарда 7\).](#)

[Прилог 14.4.](#) Додатак дипломи [\(дат у оквиру стандарда 4\).](#)