



КЊИГА ПРЕДМЕТА
СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА ДРУГОГ СТЕПЕНА СТУДИЈА:
МАС КРЕАТИВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

Београд, 2024.

САДРЖАЈ:

Вештине за успех.....	3
Предузетништво и креативне индустрије.....	5
Интегрисане комуникације.....	8
Агилни пројектни менаџмент.....	10
Дигитални маркетинг.....	12
Сторителинг.....	14
Савремена продукција догађаја.....	17
Напредна мултимедијална продукција.....	19
Популарна култура.....	23
Стручна пракса.....	26
Предмет завршног рада.....	28
Вештачка интелигенција у креирању садржаја.....	29
Стварање вредности – процеси, производи и људи.....	33
Завршни рад - израда и одбрана.....	36
Вештачка интелигенција у пословању.....	38
Менаџмент у медијима и креативним индустријама.....	41

Вештине за успех

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Вештине за успех
Наставник/наставници: Драгана Раденовић; сарадник: Санела Голубовић Корционе
Статус предмета: Обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета Циљ предмета "Вештине за успех" је да опреми студенте са широким спектром вештина које се често сматрају кључним за успешно функционисање како у професионалном, тако и у личном окружењу. Предмет ће помоћи студентима да развију и усаврше своје међуљудске вештине, критичко и аналитичко мишљење, управљање временом, технике презентације и писања, како би се ефикасно снашли у динамичком и комплексном савременом пословном окружењу.
Исход предмета По завршетку овог предмета, студенти би требало да буду у стању да: <ul style="list-style-type: none">● Разумеју и примене међуљудске вештине у различитим контекстима.● Покажу способност за креативно и критичко мишљење у решавању проблема.● Управљају својим временом иффеktivно и организовано.● Израде и представе јасне и уверљиве презентације.● Покажу професионалну комуникацију и тимско радовање.● Владају техникама преговарања и донешења одлука.● Развију и примене вештине управљања информацијама и управљања стресом.● Идентификују и формулишу своје каријерне циљеве и индивидуалне акционе планове.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Теоријска настава ће омогућити студентима да стекну всеобухватно разумевање принципа и концепата који се односе на трансферзалне и меке вештине. Свака тема ће бити изложена кроз комбинацију предавања, дискусија и самосталног изучавања. Предавања ће се бавити ширим концептима, док ће дискусије и самостално изучавање помоћи у усвајању и примени теоријских принципа на конкретне ситуације. Студенти ће учити о важности самомотивације, интерперсоналних вештина, адаптације, критичког мишљења, тимског рада, планирања каријере, управљања стресом и многих других есенцијалних вештина за успех у личном и професионалном животу. <i>Практична настава</i> Практична настава ће бити фокусирана на примену теоријских знања на реалне сценарије. Кроз вежбе, радионице, студије случаја и групне пројекте, студенти ће имати приступ директним и практичним примерима за развој и примену својих вештина. Биће им дате задатке који симулирају стварне ситуације како би могли да примене своја ново стечена знања и вештине. На пример, могући задаци могу укључивати креирање индивидуалног акционог плана за каријеру, учешће у групним вежбама за развој тимских вештина, израду и представљање уверљивих презентација и развијање стратегија за ефективно управљање временом и стресом. <i>Садржај предмета по недељама:</i> <ol style="list-style-type: none">1. Недеља: Увод у предмет, самомотивација и мотивација других2. Недеља: Интерперсоналне вештине и вештине адаптације

3. Недеља: Развој логичког/креативног/критичког мишљења
4. Недеља: Процена и аналитичко-истраживачке вештине
5. Недеља: Вештине саветовања, коучинга и тренинга
6. Недеља: Дефинисање каријерних циљева и израда индивидуалног акционог плана
7. Недеља: Развој вештина за тимски рад
8. Недеља: Колоквијум
9. Недеља: Пословни бонтон, управљање стресом и здрављем
10. Недеља: Лични развој менаџера, интелигенција, принципи богаћења и инвестирања
11. Недеља: Планирање каријере, стил и лични маркетинг
12. Недеља: Управљање временом, вештине јасне и уверљиве презентације
13. Недеља: Ефективна пословна комуникација, управљање информацијама, успешно вођење састанака, технике преговарања и донешења одлука
14. Недеља: примена вештина у ефективним техникама писања, организацији времена и управљању информацијама
15. Недеља: Колоквијум

Литература

Кулето В, (2023). Успешан на радном месту. Факултет савремених уметности у Београду. ISBN 978-86-87175-31-0

Кулето В Анић И, (2023). Креативно решавање проблема, практикум, Висока школа струковних студија за информационе технологије, ИТС-Београд, 978-86-89007-48-0

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 2

Методe извођења наставе

У оквиру сваке недеље, студенти ће бити изложени различитим активностима учења, укључујући предавања, дискусије, вежбе, студије случаја и пројекте који ће им помоћи да разумеју и примене концепте и вештине које се обрађују.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	<i>30</i>
практична настава	10	усмени испт	
колоквијум-и	20	
семинар-и	20		

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата

Предузетништво и креативне индустрије

Студијски програм: МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Предузетништво и креативне индустрије
Наставник: Биљана Видука, Марко Милошевић, Бранкица Тодоровић; сарадници: Нађа Ђурић, Санела Голубовић Корционе
Статус предмета: Обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: Нема
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање са особинама и вештинама предузетника и предузетничког пословног духа, са посебним освртом на креативне индустрије. У фокусу предмета је изучавање тока целокупног процеса - од пословне идеје до оснивања и вођења предузећа, те улоге предузетника у различитим фазама развоја бизниса, што је од кључног значаја за успешно прилагођавање компаније новим економским и тржишним потребама потом управљања предузетничким подухватом упознавањем са дисциплином менаџмент. Циљ предмета је и да студенти стекну и усвоје основна знања из теорије и праксе менаџмента и упознају начине и могућности примене тих знања у пракси.
Исход предмета По завршетку наставе из предмета, од студента се очекује да влада основним знањима из области предузетништва, као и да препознаје и гради сопствене предузетничке особине и перформансе посебно у области креативних индустрија те да је оспособљен да самостално покреће и води једноставније пројекте – од постављања идејног концепта, па до покретања предузетничког бизниса, као и вештинама менаџмента односно управљања предузетничким подухватом, малим и средњим предузећем. Студенти ће научити поставке различитих теорија предузетништва, карактеристике предузетничког понашања, разлике између предузетника и менаџера, особине предузетника, типове предузетничких вештина, значај креирања предузетничке мреже, врсте предузетничких стратегија, елементе предузетничког процеса, карактеристике успешног предузетника. Научиће на који начин се ради рангирање и избор бизнис опција. Студенти ће сазнати које елементе обухвата организациона култура, узроке и последице конфликта у савременом менаџменту, начин на који се информационе технологије користе у савременом менаџменту, концепте у развоју менаџмента, бенчмаркинг, организовање као фазу менаџмента, вођење као фазу у менаџменту, лидерство и шта разликује лидера од менаџера, који чиниоци одређују профил менаџера, послове менаџера, елементе који чине ауторитет и одговорност менаџера, стилове рада менаџера, особине које треба да поседује успешан менаџер, најчешће грешке менаџера.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Предмет обухвата предавања о основама предузетништва, кроз изучавање особина и перформанси које чине једног предузетника, као и доминантних особина које одликују тај тип личности и како размишљају предузетници. Кроз теоријску наставу студент добија могућност да разуме позицију предузетника и предузетника-менаџера као и захтеве које пред њих може поставити вођење једног предузећа. Такође, усвајају се знања потребна за успешно управљање предузећем у свим његовим животним фазама, од оснивања до нестанка предузећа, без обзира на његову величину. Поред тога, сходно дисциплини основе менаџмента, студенти ће имати прилику да стекну знања управљања малим и средњим предузећем. Такође, предмет третира и област креативног деловања у дигиталном добу. <i>Практична настава</i> Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се примењују у анализи различитих примера успешних предузетничких идеја, пројеката, концепата и компанија. Симулацијом, синтезом и моделовањем студенти креирају сопствене мини предузетничке иницијативе и пројекта, представљајући што обихватнији животни циклус бизниса. <i>Садржај предмета по недељама</i> 1. Увод у предмет Предузетништво на ФСУ, Појам и историјат предузетништва,

2. Фактори развоја и увод у предузетништво; Предузетнички процес; Предузетник (менаџер, лидер, тим);
3. Истраживање примера успешних бизниса;; Анализа разлога који су довели до успеха;
4. Значај креативности и иновација за развој предузетништва; Иновације и менаџмент знањем (предузетништво и учење);
5. Управљање променама у предузетништву и Етичка питања у предузетништву;
6. Организациони проблеми у предузетничким подухватима (комуникација, конфликти, мотивација) студије случаја; 6. Пословни модели; Процес генерисања идеје за бизнис;
7. Правни облици организовања предузетничког подухвата (појам и циљеви предузећа, врсте предузећа);
8. Први колоквијум;
9. Основне економске категорије пословања малих предузећа; Људски ресурси у предузетништву и МСП, фазе; Предузетништво жена и младих;
10. Креативно деловање у дигиталном добу
11. Стратегије уласка; Финансирање предузетничких подухвата;
12. Стратегијско управљање у предузетничком подухвату и МСП; Раст и развој предузетничких подухвата и МСП у области креативних индустрија
13. Остали проблеми у предузетничким подухватима (развој производа, маркетинг и продаја), управљање ризицима предузетничких подухвата и стратегије изласка у области креативних индустрија
14. Одбрана семинарских радова;
15. Други колоквијум.

Литература

Основна литература:

1. Симовић В, Илић М, (2021). Дигитално предузетништво. Београд: Институт економских наука. Доступно на: <https://www.library.iien.bg.ac.rs/index.php/monog/article/view/1416/1156>
2. Илић М, Ристић Б, (2021). Предузетништво у информационам технологијама, зборник. Београд: Висока школа струковних студија за информационе технологије, ИТС-Београд, доступно на: <https://drive.google.com/file/d/17RHwO8nN3D2rM9-vErIHYI-VUfRa2CmZ/view?usp=sharing>
3. Илић М, (2023). Предузетништво, практикум, ISBN-978-86-87175-15-0 Факултет савремених уметности у Београду

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 2

Методe извођења наставе

Комбинација предавања, интерактивних радионица и практичних вежби у малим групама, као и индивидуалне консултације са наставницима.

1. Предавања - Наставник ће презентовати теоријске концепте и теме из области предузетништва, како би студентима пружио основна знања о предмету.
2. Интерактивне радионице - Студенти ће учествовати у дискусијама, анализама и тумачењу медијских садржаја, како би развили вештине критичког мишљења и сагледавања различитих перспектива.
3. Практичне вежбе - Студенти ће радити на практичним задацима у малим групама, где ће примењивати стечена теоријска знања у конкретним ситуацијама, као што су креирање медијских порука, анализа медијских садржаја и стратегија комуницирања.
4. Студија случаја - Студенти ће анализирати реалне случајеве из области предузетништва, како би стекли увид у практичне примене теоријских знања у различитим контекстима.
5. Индивидуалне консултације - Наставник ће бити доступан за индивидуалне консултације са студентима како би помогао у разумевању комплексних тема и решавању евентуалних проблема у вези са предметом.

6. Колоквијуми - Током семестра, студенти ће имати прилику да полажу два колоквијума, како би се проверило њихово разумевање и знање стечено током предавања, радионица и вежби.
7. Презентација радова - На крају семестра, студенти ће презентовати своје радове, који ће обухватити теоријске и практичне аспекте обрађених тема. Ово ће им пружити прилику да покажу своју способност интеграције и примене стечених знања и вештина.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	усмени испит	30
практична настава	10		
колоквијум-и	40	
семинарски рад	10		

Интегрисане комуникације

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Интегрисане комуникације
Наставник: Зоран Бранковић, Владимир Матовић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета <ul style="list-style-type: none">• Циљ овог предмета на мастер академским студијама је да дубље истражи и анализира концепте и стратегије интегрисане комуникације у сложенијим пословним и друштвеним окружењима. Студенти требају да развију напредне вештине у анализи, дизајнирању и примени комплексних комуникационих стратегија које интегришу различите канале и аспекте комуникације.
Исход предмета <p>По завршетку предмета, студенти треба да буду у стању:</p> <ul style="list-style-type: none">• Анализирати и Пројектовати Комуникацијске Сценарије: Разумети комплексне пословне и друштвене контексте и пројектовати комуникационе стратегије које одговарају различитим потребама и изазовима.• Управљати Интегрисаним Комуникационим Кампањама: Дизајнирати и управљати интегрисаним комуникационим кампањама које обухватају медијске, дигиталне и маркетиншке аспекте.• Анализирати Утицај Комуникације: Критички анализирати ефикасност интегрисаних комуникационих стратегија и измерити њихов утицај на циљеве.• Применити Напредне Методе Комуникације: Применити напредне методе и технике интегрисане комуникације, укључујући анализу података, персонализацију и сегментацију циљеве јавности.• Развијати Стратешке Планове Комуникације: Развијати стратешке планове комуникације који укључују долажење до циљева, распоред активности и алокацију ресурса.• Истраживати Иновације у Комуникацији: Истраживати и применити иновативне аспекте комуникације, укључујући нове медијске технологије и трендове.• Креирати Ефикасне Комуникационе Поруче: Развијати креативне и ефикасне комуникационе поруке које циљају на одређене јавности.• Управљати Тимским Пројектима: Сарађивати и управљати тимским пројектима у коме се креирају и имплементирају интегрисане комуникационе стратегије.• Кроз ове исходе, студенти ће стећи дубоко разумевање и напредне вештине у интегрисаној комуникацији које ће их припремити за улоге у сложенијим организационим и пословним окружењима.
Садржај предмета <p>Недеља 1: Увод у интегрисане комуникације; Дефиниција и значај интегрисаних комуникација. Истраживање основних концепата и компоненти интегрисане комуникације.</p> <p>Недеља 2: Анализа комуникационих сценарија; Методе анализе пословних и друштвених контекста у којима се примењују интегрисане комуникације; Разматрање различитих аспеката комуникације и њиховог утицаја на стратегије.</p> <p>Недеља 3: Дизајнирање интегрисаних комуникационих кампања; Планирање и креирање интегрисаних комуникационих кампања.; Истраживање креативних начина интеграције медијских и дигиталних аспеката.</p> <p>Недеља 4: Анализа утицаја и ефикасности; Примена метрика и метода за анализу и мерење ефикасности интегрисаних комуникационих стратегија. Критичка анализа утицаја комуникације на циљеве и резултате.</p> <p>Недеља 5: Напредне методе комуникације: Примена напредних метода анализе података за персонализацију комуникације. Развој стратегија заснованих на сегментацији циљеве јавности.</p> <p>Недеља 6: Развијање стратегија; Развој стратегија које укључују долазак до циљева, алокацију ресурса и распоред активности. Примена интегрисаних комуникационих стратегија у општестратешким плановима.</p> <p>Недеља 7: Иновације у комуникацији; Истраживање нових медијских технологија и трендова у комуникацији. Примена иновативних аспеката у дизајнирању комуникационих стратегија.</p>

<p>Недеља 8: Колоквијум 1 Недеља 9: Управљање тимским пројектима; Сарађивање и управљање тимским пројектима интегрисаних комуникационих стратегија. Недеља 10: Креирање ефикасних порука; Развој креативних и ефикасних комуникационих порука. Примена стратегија за циљану комуникацију. Недеља 11: Практичне вештине у реалном окружењу; Примена стечених вештина у реалним пословним сценаријима. Недеља 12: Прилагођавање стратегија Прилагођавање стратегија различитим пословним изазовима и динамикама. Недеља 13: Интеракција са јавношћу и медијима; Разумевање и управљање интеракцијом са медијима и јавношћу Недеља 15: Колоквијум 2</p>			
<p>Литература Огњанов Г. (2013), Интегрисане маркетиншке комуникације, Економски факултет, Београд. Кулето В, Матовић В. (2023). Интегрисане комуникације, практикум, Факултет савремених уметности у Београду, ISBN-978-86-87175-34-1</p> <p>Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником:</p>			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
<p>Методе извођења наставе</p> <p>Комбинација предавања, интерактивних радионица и практичних вежби у малим групама, као и индивидуалне консултације са наставницима.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Предавања - Наставник ће презентовати теоријске концепте и теме из области Интегрисаних маркетинг комуникација, како би студентима пружио основна знања о предмету. • Интерактивне радионице - Студенти ће учествовати у дискусијама, анализама и тумачењу медијских садржаја, како би развили вештине критичког мишљења и сагледавања различитих перспектива. • Практичне вежбе - Студенти ће радити на практичним задацима у малим групама, где ће примењивати стечена теоријска знања у конкретним ситуацијама, као што су креирање медијских порука, анализа медијских садржаја и стратегија комуницирања. • Студија случаја - Студенти ће анализирати реалне случајеве из области Интегрисаних маркетинг комуникација, како би стекли увид у практичне примене теоријских знања у различитим контекстима. • Индивидуалне консултације - Наставник ће бити доступан за индивидуалне консултације са студентима како би помогао у разумевању комплексних тема и решавању евентуалних проблема у вези са предметом. • Колоквијуми - Током семестра, студенти ће имати прилику да полажу два колоквијума, како би се проверило њихово разумевање и знање стечено током предавања, радионица и вежби. • Презентација радова - На крају семестра, студенти ће презентовати своје радове, који ће обухватити теоријске и практичне аспекте обрађених тема. Ово ће им пружити прилику да покажу своју способност интеграције и примене стечених знања и вештина. 			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	усмени испит	40
практична настава	10		
колоквијум-и	20	
семинар-и	20		

Агилни пројектни менаџмент

Студијски програм: МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Агилни пројектни менаџмент
Наставник/наставници: Валентин Кулето, Сенад Бушатлић
Статус предмета: Обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета Циљ предмета "Агилно управљање ИТ пројектима" је да образује студенте о концептима, методама и техникама које се користе у агилном управљању пројектима у области информационих технологија укључујући електронско пословање. Студенти ће развити вештине потребне за планирање, праћење и управљање агилним пројектима, као и за ефикасну комуникацију са члановима тима и заинтересованим странама, управљање ресурсима.
Исход предмета По завршетку предмета, студенти ће бити способни да: <ul style="list-style-type: none">● Разумеју основне концепте и принципе агилног управљања пројектима.● Примене агилне методе и технике за успешно управљање пројектима.● Комуницирају ефикасно са члановима тима и заинтересованим странама.● Адаптирају агилне процесе у складу са потребама и условима ИТ пројекта.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ol style="list-style-type: none">1. Увод у агилно управљање пројектима2. Агилни принципи и вредности3. Агилни оквири: Scrum, Kanban, XP4. Роле и одговорности у агилним тимовима5. Планирање агилних пројеката6. Приоритизација задатака и Backlog7. Естимација и вељање агилних пројеката8. Колоквијум 19. Спринтови и итерације10. Преглед и ретроспектива11. Комуникација и сарадња у агилним тимовима12. Управљање ризицима у агилним пројектима13. Мерење и праћење напретка агилних пројеката14. Преход са традиционалног на агилни приступ15. Колоквијум 2 <i>Практична настава</i> <ol style="list-style-type: none">1. Упознавање са агилним оквирима2. Формирање агилних тимова3. Креирање продукт беклога и дефинисање задатака4. Креирање продукт беклога и дефинисање задатака5. Планирање спринтова и коришћење табле за задатке6. Естимација задатака и временски оквири7. Дневни састанци и ажурирање статуса задатака8. Колоквијум 19. Решавање проблема и управљање блокадама10. Спринт преглед и демонстрација резултата11. Ретроспектива спринта и унапређење процеса

12. Праћење напретка и анализа метрика
13. Комуникација са заинтересованим странама
14. Симулација прелома са традиционалног на агилни приступ
15. Колоквијум 2

Литература

Обавезна

1. Кулето, В., Илић, М., Стојаковић, Д., [2021]. Управљање пројектима. Београд: Факултет савремених уметности. ИСБН 978-86-87175-08-2, ЦОБИСС.СР-ИД – 43156233.
2. Кулето, В., Илић, М., Стојаковић, Д., [2023]. Управљање пројектима - практикум. Београд: Факултет савремених уметности. ИСБН - 978-86-87175-12-9.

Допунска:

3. Marko Ranković, Milena Plić (2018). Upravljanje projektima, ITS Beograd, ISBN 978-86- 89007-25- 1
4. Milena Plić, Marko Ranković, (2020). Organizacija i upravljanje projektima, praktikum sa studijama slučaja. ITS Beograd, ISBN 978-86-89007-35-0.
5. Marko Ranković, Milena Plić (2020). Upravljanje projektima, sa studijama slučaja. Univerzitet „Union-Nikola Tesla” u Beogradu. Fakultet za informacione tehnologije i inženjerstvo. ISBN 978-86-81400-22-7.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 4

Практична настава: 0

Методe извођења наставе

Настава ће се одвијати кроз комбинацију предавања, интерактивних дискусија, радионица, студија случаја и практичних вежби. Теоријска настава обухвата предавања која објашњавају основне концепте и принципе агилног управљања пројектима, док практична настава укључује рад на задацима и вежбама које имају за циљ да студенте упознају са реалним ситуацијама и алата које се користе у агилном управљању пројектима.

Током практичне наставе, студенти ће радити у групама на развоју и управљању агилним пројектима, као и на решавању типичних проблема који се јављају у току рада. Такође, студенти ће користити алате и технике које су научили на предавањима и применити их на практичним примерима.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	10	усмени испт	
колоквијум-и	50	
семинар-и			

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата

Дигитални маркетинг

Студијски програм: МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Дигитални маркетинг
Наставник: Светлана Јокић; сарадници: Нађа Ђурић, Санела Голубовић Корционе
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: Испуњене предиспитне обавезе
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање са основама дигиталног маркетинга, користећи пословне моделе наступа на дигиталним каналима комуникације, као и савладавање техника израде дигиталног маркетинг плана. У фокусу је и савладавање стратегија, метода и техника анализе кретања трендова у маркетингу, комуникацијама и економији уопште, како би се трасирао и предвидео развој дигиталног маркетинга у блиској будућности.
Исход предмета По завршетку наставе из предмета, од студента се очекује да влада основним знањима из области дигиталног маркетинга и наступа на онлајн каналима комуникације и продаје, уз способност аналитичког осврта на развој дигиталних и економских трендова и нових бизнис модела.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Теоријска настава обухвата савладавање основа маркетинга и дигиталног маркетинга, уз моделе пословног наступа на дигиталним каналима и друштвеним мрежама, е-комерц, те креирање дигиталног маркетинг плана. Изучавају се и стратегије дигиталног маркетинга, технике и тактике СЕО оптимизације, друштвени медији и мреже, основе мобилног маркетинга. Такође, изучава се и управљање односима са клијентима, пословна интелигенција у свету дигиталног пословања, као и трендови у дигиталном маркетингу, комуникацијама и пословању уопште. <i>Практична настава</i> Кроз групни и индивидуални приступ анализирају се студије случаја из области дигиталног маркетинга, а студенти симулирају одређивање циљних група дигиталне кампање, подешавање дигиталне кампање, дигитални маркетинг микс, као и различите технике и стратегије двосмерног анимирања, укључивања и интеракције циљних група, уз предвиђање економских и комуниколошких трендова. <i>Садржај предмета по недељама:</i> 1. Дефинисање дигиталног маркетинга; Процес дигитализације; Интегрисани приступ традиционалним и дигиталним медијима; Апликација дигиталних медија у креативном бизнису. 2. Дигитални маркетинг – утицај дигитализације на потрошаче; Процес дигиталне комуникације заснован на бази интегрисаних маркетинг активности; Процес планирања дигиталних маркетиншких активности. 3. Дигитална маркетиншка истраживања; Дигитално маркетиншко окружење; ПЕСТ фактори; Анализа микро и макро окружења; Сачињење дигиталног маркетинг плана уз поштовање елемената маркетинг микса. 4. Дигитална сегментација, таргетирање и позиционирање потрошача/корисника; Избор циљних тржишта; Креирање дигиталне базе података о потрошачима. 5. Дигитални маркетиншки микс; Производ/услуга у дигиталном окружењу; Цена у дигиталном окружењу; Промоција у дигиталном окружењу; Дистрибуција у дигиталном окружењу. 6. Дигиталне маркетиншке комуникације; Врсте онлине садржаја; Контент маркетинг; Маркетинг на основу претраживача; Управљање односима са лидовима; Онлине оглашавање; Е-маил оглашавање; Е-маил маркетинг. 7. Дефинисање друштвених медија; Врсте друштвених медија; Маркетиншка стратегија наступа на тржишту уз подршку друштвених медија; Праћење остваривања циљева и мењање стратегије; Унапређење продаје путем интернета. 8. Колоквијумска недеља 9.. Мобилни маркетинг као део дигиталног маркетинга; Врсте мобилних маркетиншких комуникација; Мобилне апликације; Мобилни друштвени медији; Мобилни купони; Дизајн и стратегије садржаја за мобилне уређаје; Примена мобилних уређаја у пословању. Примери. 10. Дигиталне комуникације путем аудио-видео садржаја; Процес дигитализације телевизије и радија; Интерактивна телевизија; Дигитални радио; Дигитално оглашавање; Маркетинг путем усмене препоруке; Вирусни маркетинг; Маркетинг упућен на онлине заједнице; Маркетинг уз подршку утицајних особа. 11. Организовање, апликација и контрола дигиталних маркетиншких активности; Краудсорсинг; Модел интегрисања краудсорсинга; Колективне комплементарне иновације. 13. Контрола дигиталних маркетиншких активности; Маркетиншка аналитика; Метрика веб сајта и одредишних страница; Метрика оптимизације и одредишних страница за претраживаче; Метрика пословног блоговања; Стратејска контрола. 14. Предвиђање трендова на тржишту уз помоћ дигиталних маркетиншких активности и комуникација; Имплементација,

евалуације и праћење тренда понашања потрошача на тржишту, уз примену најновијих технологија. 15. Колоквијумска недеља

Литература

Обавезна литература:

1. Вулић М, (2018). Маркетинг и интернет маркетинг. Висока школа струковних студија за информационе технологије ИТС- Београд.
2. Драган Варагић, (2018). ДИГИТАЛНИ ПРЕ-МАРКЕТИНГ: НОВА ФОРМА ДИГИТАЛНОГ ЛИДЕРСТВА, Драган Варагић ПР, 2018.
3. Илић М, Поповић Шевић Н, Стојаковић Д, Јокић С, (2023). Дигитални маркетинг, хрестоматија. Факултет савремених уметности у Београду. ISBN-978-86-87175-16-7

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 2

Методе извођења наставе

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

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	усмени испит	40
практична настава	10		
колоквијум-и	20	
семинар-и	20		

Сторителинг

Студијски програм : МАС Кретивне комуникације
Назив предмета: Сторителинг
Наставник/наставници: Душица Филиповић, Тадија Милетић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета Циљеви предмета: <ul style="list-style-type: none">● Приближити студентима значај приповедања и умећа причања на различитим медијским платформама.● Обезбедити студентима вештине за синтезу и анализу информација, како би креирали и представили различите врсте наратива.● Истражити интерактивно приповедање на дигиталним платформама и развијати различите аспекте приповедања.● Оснажити студенте да развију и обликују разнообразне приче, било да су у питању фактографске или фикционалне приче.● Учити студенте како да деле своје приповести са публиком на различитим медијским платформама.● Применити различите приступе приповедању, укључујући креативно и нефикционално писање, филмовање и креирање игара.● Прилагодити основне аспекте наратива на своје сопствене пројекте, укључујући "data storytelling".● Повезати теоријске концепте и примере са практичном применом на партнеру.● Оспособити студенте да раде са мултимедијалним алаткама за производњу● Развијати самопоуздање студената кроз кратке "изазовне задатке" који им помажу у употреби алатки за производњу.
Исход предмета <ul style="list-style-type: none">● Студенти ће бити способни да анализирају значај и утицај наратива на различитим медијским платформама.● Студенти ће развијати способности синтезе информација и креирања различитих типова наратива.● Студенти ће бити у стању да примене концепте интерактивног приповедања на дигиталним платформама.● Студенти ће развијати вештине за обликовање и делење својих приповести са публиком.● Студенти ће применити различите технике приповедања на својим пројектима, укључујући "data storytelling".● Студенти ће бити спремни да раде са различитим алаткама за мултимедијалну производњу.● Студенти ће развијати креативно разматрање и приступе приповедању кроз рад на различитим пројектима.● Студенти ће бити способни да представе и дефендују своје приповести пред аудијенцијом.● Студенти ће разумети важност и примену приповедања на различитим медијским платформама.● Студенти ће развијати своје вештине приповедања кроз интеграцију теоријског знања са практичним радом на пројектима.

Садржај предмета

У оквиру теоријске наставе, студенти ће се упознати са основним концептима и теоријама сторијеллинга. Проучаваће значај сторијеллинга у савременим медијима, анализираће структуре и елементе успешних наратива и разматраће различите технике креирања занимљивих и убедљивих прича. Теоријска настава обухватаће дискусије, лекције и анализу примера из различитих медија.

У оквиру практичне наставе, студенти ће применити стецено теоријско знање на конкретним пројектима. Радиће на креирању различитих типова прича, развијању карактера, истраживању интерактивних аспеката сторијеллинга на дигиталним платформама и изради комплетних сторијеллинг пројеката. Овај део наставе укључује рад у групама, самостални рад и креативно размештање техника сторијеллинга на различитим медијским форматима.

Садржај наставе по недеама:

Недеља 1-2: Увод у Концепт сторијеллинга

У овој наставној јединици упознаћемо се са основним концептима сторијеллинга у контексту савремених медија. Размотрићемо зашто је сторијеллинг важан, како привлачи пажњу публике и какву улогу има у комуникацији.

Недеља 3-4: Основе Наративне структуре

Овде ћемо истражити основне компоненте наративне структуре као што су увод, заплет, врхунак и расплет. Разумећемо како ове компоненте доприносе изградњи напетости и емоција у причама.

Недеља 5-6: Технике Креирања карактера

У овој наставној јединици бавимо се развојем дубљих карактеризација у причама. Учићемо како креирати ликове са сложеним мотивацијама и како њихове одлуке утичу на ток приче.

Недеља 7: Причање кроз медије: Филм и видео

У овој јединици истражићемо примену сторијеллинга у филмској и видео продукцији. Размотрићемо како се визуелни елементи користе за постизање емоционалног ефекта и повезивање са публиком.

Недеља 8- Колоквијум 1: Процена разумевања

Овај колоквијум служи за процену разумевања основних концепата и техника сторијеллинга које смо до сада обрадили.

Недеља 9-10: Дигитални сторијеллинг и интерактивност

Фокусираћемо се на дигиталне медије и интерактивност при причању прича. Размотрићемо како се интеракција са публиком мења када се приче преносе преко дигиталних платформи.

Недеља 11-12: Разноврсност жанрова и техника

Истражићемо разноврсност жанрова и техничких приступа сторијеллингу. Открићемо како различите технике и стилови могу да обогате начин на који причамо приче.

Недеља 13: Анализа и примена примера из праксе

У овој недељи ћемо анализирати и разматрати различите примере сторијеллинга из стварног окружења. Применићемо оно што смо научили до сада на различитим практичним примерима и разменићемо искуства и идеје.

Недеља 14: Завршни пројекат и презентација

У овој последњој јединици, студенти ће применити све што су научили како би креирали самостални сторијетлинг пројекат. Пројекти ће бити презентовани пред колегама као закључак предмета.

Недеља 15- Колоквијум 2: Провера напретка

Други колоквијум ће проценити колико смо успешно разумели и применили концепте сторијетлинга, као и напредак који смо остварили током курса.

Литература

1. Радован Вучковић, (2008). *Писац, дело, читалац*, Службени гласник, Београд
2. Kristijan Salmon (2021). *Storytelling - ili pričam ti priču*. Izdavač: Clio. 2. izdanje, 2021; ISBN: 978-86-7102-655-0;
3. *Uvod u književnost: teorija, metodologija*; priredili Zdenko Škreb i Ante Stamać, Globus, Загреб 1986.
4. Dorotea Brend (2004)., *Kreativno pisanje*, Babun, Београд.
5. Gordana Vuković Nikolić, *Kreativno pisanje*, издање аутора, Београд 2010. ISBN 978-86-913959-0-2

Број часова активне наставе

Теоријска настава:2

Практична настава:2

Методе извођења наставе

индивидуални приступ, кроз практично-теоријски рад уз коришћење литературе. *Предавање*: монолошка и дијалогска метода, рад на тексту. *Вежбе*: дијалогска метода, рад на тексту. Консултације.

Метод извођења наставе ће се заснивати на комбинацији традиционалних метода предавања и активне наставе која ће подстицати студенте да активно учествују у процесу учења. На практичним вежбама, студенти ће развијати критичко размишљање, аналитичке вештине и способност писања есеја. Такође ће се радити на развијању способности тумачења прочитаног текста и разумевању уметничких дела.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	30	писмени испит	
практична настава		усмени испт	<i>40</i>
колоквијум-и	30	
семинар-и			

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата

Савремена продукција догађаја

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Савремена продукција догађаја
Наставник: Тадија Милетић; сарадници: Нађа Ђурић, Санела Голубовић Корционе
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета: Циљ предмета "Напредна продукција догађаја" је да студентима пружи дубоко и детаљно разумевање свих аспеката планирања, организације, управљања и промоције различитих типова догађаја, као и да развије вештине потребне за успешно управљање и водење догађаја на високом професионалном нивоу.
Исход предмета По успешном завршетку предмета, студенти ће бити способни да: <ul style="list-style-type: none">• Разумеју комплексност - Идентификују и разумеју различите елементе и фазе у процесу производње догађаја.• Примене планирање и организацију - Ефикасно планирају и организују различите видове догађаја, узимајући у обзир логистику, безбедност, буџет и друге релевантне аспекте.• Комуникација - Успостављају ефективну комуникацију са кључним заинтересованим странама, укључујући клијенте, достављаче, спонзоре и учеснике.• Управљање ризиком - Идентификују и управљају потенцијалним ризицима и изазовима у процесу производње догађаја.• Маркетинг и промоција - Развијају и примењују стратегије маркетинга и промоције за максималну видљивост и успешност догађаја.• Тимска динамика - Воде и раде у тиму, промовишући колаборацију, делегацију и ефективну координацију.• Овим исходима предмета, студенти ће бити опремљени потребним знањем и вештинама да успешно уђу у свет професионалне продукције догађаја и да постану лидери у овој области.
Садржај предмета Теоријска настава: Теоријска настава представља систематски и структурирани приступ учењу који се фокусира на преносу знања, концепата, принципа и теорија из одређене области студија. Ова настава обично укључује предавања, семинаре и консултације, где преподавач представља и објашњава материјал, а студенти слушају, записују и активно учествују у дискусијама. Практична настава: Практична настава је облик образовања усмерен на развој вештина и практичне примене стеченог теоријског знања. Она обично укључује вежбе, лабораторијске радове, теренску наставу и сличне активности, где студенти директно учествују у извршавању задатака, експериментима или решавању реалних проблема у контролисаним или реалним условима. <i>Теоријска настава</i> <ol style="list-style-type: none">1. Прва недеља: Увод у концепт продукције догађаја; историјска перспектива.2. Друга недеља: Врсте догађаја - корпоративни, културни, спортски и др.3. Трећа недеља: Процес планирања догађаја - од идеје до реализације.4. Четврта недеља: Логистика догађаја: простор, опрема, безбедност.5. Пета недеља: Буџетирање и финансирање догађаја.6. Шеста недеља: Маркетинг и промоција догађаја.7. Седма недеља: Технологија у служби догађаја; дигитални алати и платформе.

8. Осма недеља (колоквијумска): Полагање првог колоквијума.
9. Девета недеља: Тимска динамика и управљање волонтерима.
10. Десета недеља: Управљање ризиком и кризним ситуацијама.
11. Једанаеста недеља: Партнерства, спонзорства и колаборације.
12. Дванаеста недеља: Оцењивање успеха и мерење утицаја догађаја.
13. Тринаеста недеља: Етика и одрживост у производњи догађаја.
14. Четрнаеста недеља: Припрема за други колоквијум; понављање материјала.
15. Петнаеста недеља (колоквијумска): Полагање другог колоквијума.

Методe извођења наставе

Методe извођења наставе укључују теоријску наставу и практичну наставу. У теоријској настави ће се обрађивати дефинисање појмова, увод у менаџмент догађаја, процес планирања догађаја, увод у друштво спектакла, увод у креативни процес, анализа и сегментација публике, развој сценарија догађаја, протокол, прављење позивнице за догађај, односи са медијима, кризно комуницирање, управљање кризом и вођење догађаја, организација конференције за медије, организација медијске туре, организација мултимедијалног догађаја од идеје до реализације, спонзорисање и фандреизинг догађаја, мерење ефеката организованог догађаја.

"Напредна производња догађаја" подразумева неке аспекте који иду далеко изнад и изван стандардних метода и техника који се користе у традиционалној организацији догађаја. Овде су неки фактори који чине "напредну" производњу догађаја:

- Технологија: Примена најновијих технологијских решења, попут виртуелне и проширене реалности, дигиталног мапирања, аутоматизованих система управљања и сл.
- Иновације: Примена иновативних метода у планирању и извођењу догађаја, као што су необични просторни распореди, интерактивни елементи или уникатни перформанси.
- Одрживост: Фокус на одрживим праксама у свим аспектима производње - од избора локације, преко материјала, до послепроизводњских активности.
- Управљање ризиком: Способност предвиђања, превенције и реаговања на неочекиване ситуације или кризе на догађају.
- Партнерства и спонзорства: Развијене вештине у неговању и одржавању стратешких партнерства и спонзорских односа на високом нивоу.
- Мерење утицаја: Коришћење напредних алатки и методологија за мерење успеха догађаја, како у финансијском, тако и у контексту утицаја на циљну публику или бренд.
- У суштини, "напредна производња догађаја" значи да се приступа организацији догађаја са већим степеном стручности, иновација и усавршености у поређењу са традиционалним методама.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 2

Литература

а) основна: Проф. др Петар Бокун, Тодоровић Анита »**Сам свој ПР**, Академија за дипломатију и безбедност, Београд, 2010; Анита Тодоровић, **Креативност прича коју причамо сами себи**, ИП Јован, Београд 2012

б) допунска: **Евент менаџмент, управљање догађајима**, Лин Ван Ден Варген, Брендa Р. Карлос, Мате, Београд 2010, Ги Дебор,

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	
практична настава	20	усмени испт	30

колоквијум-и	30	
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

Напредна мултимедијална продукција

Студијски програм: МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Напредна мултимедијална продукција
Наставник: Давор Босанкић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
<p>Циљ предмета</p> <p>Предмет је структуриран тако да обухвата сегменте Савремена видео продукција и дигитални дизајн, те су тако и дефинисани циљеви. Циљеви предмета су:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Пружити студентима дубоко разумевање савремених техника и методологија у видео продукцији. ● Развијање вештина критичке анализе и евалуације различитих видова видео садржаја. ● Обучавање студената у напредним техникама снимања, монтаже, пост-продукције и дистрибуције. ● Упознавање са технолошким иновацијама и трендовима који обликују савремену видео индустрију. ● Стимулација креативности и иновација у креирању оригиналних видео пројеката који одговарају стандардима савремене индустрије. ● Упознавање студената са основама дигиталног дизајна, укључујући принципе дизајна, типографију, композицију и боју. ● Развијање способности студената за критичко размишљање и анализу дизајнерских решења. ● Обука студената у коришћењу савремених софтверских алата неопходних за дигитални дизајн. ● Подстицање креативности и иновација у стварању уникалних и ефикасних дизајнерских решења. ● Усмеравање студената на разумевање значаја корисничког искуства и интерактивности у дигиталном окружењу.
<p>Исход предмета</p> <p>Предмет је структуриран тако да обухвата сегменте Савремена видео продукција и дигитални дизајн, те су тако и дефинисани исходи.. Исходи предмета су:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Студенти ће имати чврсто разумевање свих аспеката процеса видео продукције, од идеје до дистрибуције. ● Студенти ће бити вешти у коришћењу напредних алата и технологија за снимање, монтажу и пост-продукцију видео садржаја. ● Биће у стању да критички анализирају видео производе, узимајући у обзир естетику, технику и контекстуалну релевантност. ● Студенти ће бити у стању да ефикасно комуницирају и колаборирају на видео пројектима, доносећи значајне креативне и техничке одлуке. ● Биће спремни да се прилагоде и иновирају у динамичној и брзо мењајућој индустрији видео продукције, одговарајући на изазове и потребе савременог медијског тржишта. ● Студенти ће разумети и моћи да примене основне принципе дизајна у својим пројектима. ● Биће способни да користе професионалне софтверске пакете за дизајнирање дигиталних материјала. ● Студенти ће моћи да анализирају и критикују дизајнерске радове, препознају добре праксе и препоручују побољшања. ● Развиће вештине у области комуникације и презентације својих дизајнерских решења различитим заинтересованим странама. ● Биће спремни да интегришу корисничко искуство и интерактивност у својим дизајнима, стварајући продукте који су не само визуелно привлачни, већ и функционални и кориснички оријентисани.
<p>Садржај предмета</p> <p>Теоријска настава за предмет који спаја напредну видео продукцију и дигитални дизајн:</p> <p>Теоријска настава на овом курсу усмерена је на осветљавање концепата, методологија и историјских трендова који обликују области видео продукције и дигиталног дизајна. Студенти ће се упознати са еволуцијом и значајем визуелних наратива, различитим техникама дизајна и видео производње, као и са начинима на које се ове две дисциплине спајају и међусобно обогаћују.</p> <p>Практична настава за предмет који спаја напредну видео продукцију и дигитални дизајн:</p> <p>У практичној настави, студенти имају прилику да директно примене теоријска знања на конкретним задацима и пројектима. Кроз</p>

рад у студију, коришћењем софтвера за дизајн и монтажу, студенти развијају своје вештине у снимању, монтажи, дизајну и анимацији. Радионице, вежбе и тимски задаци подстичу студенте да експериментишу, иновирају и креирају оригиналне видео пројекте који рефлектују синергију видео продукције и дигиталног дизајна.

1. Увод у савремену видео продукцију и дигитални дизајн: Преглед основних принципа, историјске перспективе и трендова у обе области.
2. Основни принципи дигиталног дизајна: Типографија, композиција, боја и основни елементи дизајна у контексту видео продукције.
3. Основе сценарија и сторителинга: Технике и вежбе за писање сценарија, креирање приче и развој наратива у видео формату.
4. Технике снимања: Основе камере, светлосних поставки и правила снимања која обогаћују визуелни идентитет.
5. Напредни алгоритми у видео монтажи: Упознавање са најновијим техникама и алгоритмима за обраду и монтажу видео материјала.
6. Дигитална илустрација и анимација: Креирање и интеграција дигиталних илустрација и анимација у видео пројекте.
7. 3D моделирање и визуализација: Основе 3D дизајна, анимације и интеграција 3D елемената у видео продукцију.
8. Први колоквијум: Провера стеченог знања из претходних седмица.
9. Виртуелна и проширена реалност: Примена дизајн принципа у креирању искустава у виртуелној и проширеној реалности.
10. Саунд дизајн и обрада звука: Упознавање са техникама звучне обраде које обогаћују аудио-визуелно искуство.
11. Интерактивни дизајн и интеграција медија: Спајање интерактивних елемената у видео продукцији са посебним акцентом на веб и мобилним платформама.
12. Цветна корекција и специјални ефекти: Технике и алати за подешавање боја и додавање специјалних ефеката у видео материјалу.
13. Пост-продукција и финализација: Завршни кораци у процесу производње, укључујући експорт, компресију и дистрибуцију.
14. Презентација и портфолио: Приказивање и критичка анализа студентских радова. Стварање портфолија за представљање радова.
15. Други колоквијум: Финална провера стеченог знања и вештина током трајања курса.

Литература

Основна литература

- Марко Бабац: ЈЕЗИК МОНТАЖЕ ПОКРЕТНИХ СЛИКА, Академија уметности, Нови Сад, 2000.
- Adobe Photoshop, Illustrator
- Rajan Nembri, Комплетан графички дизајн, (превод Данијела Нинковиц, Ивана Контар), Београд, Дон Вас, 2008.
- Мирослав Фрухт, Милан Ракић, Ивица Ракић, Графички Дизајн креација за тржиште, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2003.

Додатна литература према потреби и у договору са предметним наставником

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 4

Практична настава: 2

Методе извођења наставе

Писмени испит:

Методологија: Традиционална метода испитивања знања кроз питања која обухватају широк спектар тема из курса.
Активности: Анализа примера из праксе, попуњавање тестова, кратки есеји или студије случаја.

Практична настава:

Методологија: Рад у реалном или симулираном окружењу где студенти директно примењују теоријска знања.
Активности: Вежбе, коришћење софтвера, реализација пројеката, тимски рад на задатим задацима, практични задаци у студију.

Колоквијуми:

Методологија: Периодично проверавање стеченог знања током семестра.
Активности: Писмени или усмени тестови, кратке анализе или критичке рецензије, презентације или демонстрације практичних вештина.

Колоквијуми:

Методологија: Провера знања на пола и/или крају семестра кроз комплекснији тест или пројекат.
Активности: Писмени задаци који обухватају више тематских области, презентације, анализе или студије случаја,

комбинована питања теорије и праксе.

Семинари:

Методологија: Студентске презентације на одређену тему или пројекат који су разрађивани током семестра.

Активности: Истраживање, прикупљање и анализа података, израда презентације или извештаја, дискусија и одбрана ставова или решења пред колегама и професором.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	10		
колоквијум-и	30		
семинар-и	20		

Популарна култура

Студијски програм : ОАС Креативне маркетинг
Назив предмета: Популарна култура
Наставник: Драган Ђаловић; сарадник: Младен Станић
Статус предмета: обавезни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
Циљ предмета: Циљ предмета "Популарна култура" је да студентима пружи дубоко разумевање начина на који популарна култура обликује и одражава друштвене вредности, ставове и идентитете. Посебан акценат је на разумевању улоге популарне културе у креативним комуникацијама, како та култура може бити искоришћена у медијским кампањама, реклами, брендирању и другим аспектима комуникационе индустрије.
Исход предмета По завршетку курса, студенти ће бити способни: <ul style="list-style-type: none">● Анализирати главне токове и тенденције у популарној култури кроз историју и њихов утицај на друштво.● Разумети и применити концепте популарне културе у различитим комуникационим стратегијама и кампањама.● Критички оцењивати репрезентације у популарној култури, особито у контексту гендера, расе, класе и других друштвених категорија.● Применити знања из популарне културе на практичне пројекте у области креативних комуникација, као што су рекламне кампање, дизајн, медијски садржај и друго.● Развити вештине критичког мишљења и анализе медијског садржаја и популарних културних производа.● Овај предмет ће подстаћи студенте да размисле о значају и моћи популарне културе у савременом друштву и како она може бити коришћена и тумачена у различитим комуникационим контекстима.
Садржај предмета Теоријска настава: Теоријска настава представља основни стуб академског учења који обухвата предавања, дискусије и анализе концепата, принципа и теорија које су у основи датог предмета. Она омогућава студентима да разумеју и критички разматрају академске и научне аспекте предмета, као и да стекну знања која ће им бити потребна за дубље и шире разумевање материје. Практична настава: Практична настава је комплементарна теоријској и фокусира се на примену стечених теоријских знања у реалним или симулираним ситуацијама. Ова врста наставе обухвата радионице, лабораторијске вежбе, студије случаја и теренску наставу. Њен циљ је да студентима обезбеди вештине и способности неопходне за професионалну примену знања и да их подготви за рад у струци. <i>Садржај предмета по темама:</i> <ol style="list-style-type: none">1. Увод у популарну културу: Дефиниције, историјска разматрања и основни концепти.2. Теорије популарне културе: Основни теоретски приступи и модели.3. Медији и популарна култура: Улога телевизије, радија, филма и интернета у формирању популарне културе.

4. Музика у популарној култури: Од рок'н'рола до хип-хопа, улога музике у друштвеним променама.
5. Мода, стил и идентитет: Како се трендови у моди одражавају на друштвене идентитете.
6. Поп култура и политика: Утицај популарне културе на политичке ставове и активизам.
7. Глобализација и популарна култура: Утицаји глобализације на ширење и примање популарне културе.
8. Први колоквијум
9. Поп култура и гендер: Анализа представе гендера у различитим аспектима популарне културе.
10. Популарна култура и раса: Расне представе и њихов утицај на друштвене перцепције.
11. Феномени фендома: Праћење и анализа културних феномена као што су трекијевци, белајбери и други.
12. Популарна култура и технологија: Утицај нових технологија на развој и дистрибуцију популарне културе.
13. Популарна култура и економија: Разматрање комерцијализације и монетизације поп културних садржаја.
14. Ревизија и припрема за други колоквијум: Понављање и дискусија о главним концептима.
15. Други колоквијум

Методe извођења наставе

На предмету "Популарна култура" на Мастер академским студијама на Студијском програму креативне комуникације, примена различитих метода извођења наставе може обезбедити холистичко разумевање и интерактивно учествовање студената. Ево предлога метода које би биле коришћене:

- Предавања: Основна историјска и теоретска контекстуализација тема везаних за популарну културу, уз представљање главних теоретских концепата и истраживања.
- анализа медијских садржаја: Разматрање и критичка анализа филмова, серија, музичких спотова и других форми популарне културе.
- Тимски пројекти: Студенти би у мањим групама истраживали одређене феномене популарне културе, а затим би резултате представили остатку класе.
- Дебате: Организоване дискусије о контроверзним или двосмисленим аспектима популарне културе, где студенти износе и бране своје ставове.
- Е-учење: Коришћење дигиталних платформи и ресурса за дубље упуштање у одређене теме, везбање и колаборацију на задацима.
- Радионице креативног писања: Практичне сесије у којима студенти креирају сопствене садржаје инспирисане популарном културом.
- Теренске посете: Обиласци кључних институција или догађаја везаних за популарну културу, као што су музеји, изложбе, концерти или филмски фестивали.
- Индивидуални истраживачки задаци: Подстичући студенте да изаберу и дубоко истраже одређену тему или феномен популарне културе.
- Гостујућа предавања: Позивање експерата из различитих области популарне културе да поделе своја искуства и знања са студентима.

Ове методе осмишлене су тако да студентима обезбеде и богат теоретски оквир и практичне вештине потребне за критичко разматрање и активно учествовање у сфери популарне културе.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 3

Практична настава: 2

Литература

1. Ljubomir Maširević (2020). Popularna kultura. Izdavač: Čigoja2020. ISBN 9788653106065
2. Џон Фистик (2001). Популарна култура. Клио.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	20	усмени испт	<i>30</i>
колоквијум-и	30		
семинар-и	10		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....)			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

Стручна пракса

Студијски програм/студијски програми : МАС Креативне комуникације	
Врста и ниво студија: Мастер академске студије	
Наставник или наставници задужени за организацију стручне праксе:	
Број ЕСПБ: 3	
Услов: положени предмети закључно са шестим семестром	
Циљ Циљ стручне праксе у области креативних индустрија је да студентима омогући директан увид у радне процесе и услове који владају у овој области. Кроз стручну праксу, студенти ће бити у могућности да примене своје теоријско знање на реалним пројектима и задацима, чиме ће стећи додатно искуство и практичне вештине. Овај процес учења ће омогућити студентима да развијају своје компетенције и да се боље припреме за своју будућу каријеру у креативним индустријама. У току стручне праксе, студенти ће имати могућност да сарађују са стручњацима из различитих области креативних индустрија и да на тај начин прошире своја знања и вештине. У крајњем случају, стручна пракса има за циљ да студенте подстиче на активно учешће у раду организација у области креативних индустрија, да упознају и савладавају нове вештине, и да стекну потребно самопоуздање и компетенције за успешно запослење након завршетка студија.	
Очекивани исходи По завршетку предмета Стручна пракса, студенти ће имати могућност да примене и провере своје стечено знање и вештине у стварним радним ситуацијама. Овај процес ће им помоћи да стекну дубље разумевање теоријских основа које су учили током студија и да их примене на конкретним задацима и пројектима у креативним индустријама. Осим тога, студенти ће радити на развоју својих професионалних компетенција и вештина у раду на реалним пројектима, што ће им омогућити да стекну неопходно искуство и самопоуздање за успешно запослење у будућности. Учествовањем у стручној пракси, студенти ће се упознати са професионалним стандардима и очекивањима која владају у креативним индустријама и биће способни да се ефикасно прилагоде радним условима у овој области. По завршетку предмета, студенти ће бити способни да: <ul style="list-style-type: none">● Примена и провера стручног и стеченог знања и вештина у пракси● Развој професионалних компетенција и вештина у раду на реалним пројектима	
Садржај стручне праксе Рад и учешће на конкретним пројектима који су у току реализације.	
Број часова , ако је специфицирано	90
Методe извођења <ul style="list-style-type: none">● Боравак и рад у одговарајућим компанијама и маркетиншким агенцијама● Сарадња са водећим стручњацима у области маркетинга● Посматрање и анализа радних процеса у креативним индустријама● Рад на конкретним задацима и пројектима под менторством● Самостални рад и истраживање под надзором стручног ментора	

- Консултације са ментором и другим колегама из организације

Оцена знања (максимални број поена 100)

Описна од стране стручног лица, претворена у поене од стране предметних компанија који воде праксу.

- Активност и ангажман на задацима и пројектима - 40 поена
- Квалитет рада на задацима и пројектима - 30 поена
- Израда и представљање извештаја о стручној пракси - 20 поена
- Оцена ментора и организације - 10 поена

Студенти ће бити оцењени на основу свог ангажмана, рада на пројектима, извештаја и повратних информација ментора. Усвојена знања и вештине током стручне праксе помоћи ће студентима да разумеју и примене теорију у пракси и да се припреме за рад у креативним индустријама.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
практична настава	70	дневник праксе	30
		

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата

Предмет завршног рада

Студијски програм : МАС Креативне комуникације			
Назив предмета: Предмет завршног рада			
Наставник: Ментор			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 2			
Услов: претходно завршен шести семестар			
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти изаберу предмет свог завршног рада, односно да формулишу концептуални оквир за реализацију пројекта свог завршног рада. Циљ је да студенти упознају различите области креативног маркетинга, како би имали могућност да сагледају ширу слику и на основу тога јасније и конкретније позиционирају свој завршни рад. Циљ је да се студент оспособи у разумевању и сагледавању постојећих теоријских оквира, те да се оспособи за њихову примену, као и преобликовање.			
Исход предмета Оспособљеност студента да теоријски, а потом и практично, уобличи своју идеју и позиционира је у контексту основних теоријских поставки креативног маркетинга формирајући, на тај начин, и сопствени теоријски и концептуални оквир.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Менторство у раду. Тимска анализа садржаја рада. <i>Практична настава</i> Студент спроводи истраживачки рад у пољу терије, уз сталне инструкције наставника, на основу ког, кроз анализу прикупљених информација, поставља оквир за практични истраживачки рад и реализацију пројекта свог завршног рада.			
Литература По избору студената и сугестије професора у завесности од теме. Препорука: препоручена литература за предмете на овом студијском програму.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	Практична настава:	
Методe извођења наставе Менторски рад у праћењу студентског истраживачког рада, заснованог на његовим почетним поставкама и идејама. Презентација и корекција идеја.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	30	писмени испит	
практична настава	40	усмени испт	
колоквијум-и		презентација рада	20
семинар-и		одбрана рада	10
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

Вештачка интелигенција у креирању садржаја

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Вештачка интелигенција у креирању садржаја
Наставник/наставници: Валентин Кулето, Ирена Пауновић
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета <p>Циљ овог предмета је да студенти стекну основна знања о вештачкој интелигенцији, разумеју принципе машинског учења, обраде природног језика и примене алгоритама у решавању реалних проблема. Циљ овог предмета је да студенти стекну знања и вештине о основама вештачке интелигенције, начинима обраде података, машинском учењу и развоју интелигентних система.</p> <p>Циљеви:</p> <ul style="list-style-type: none">• Разумевање основа Вештачке интелигенције (ВИ): Студенти треба да стекну дубоко разумевање основних појмова, теорија и принципа Вештачке интелигенције, укључујући машинско учење, дубоко учење, невронске мреже и еволутивне алгоритме.• Примена ВИ у креирању садржаја: Студенти треба да науче како се Вештачка интелигенција може применити у процесу креирања различитих врста садржаја, укључујући текстуални, визуелни и аудио садржај.• Развој алгоритама за креирање садржаја: Студенти треба да развију способност да пројектују и имплементирају алгоритме Вештачке интелигенције који могу генерисати различите типове садржаја, као што су текстови, слике, видео записи и музика.• Критичко размишљање о етичким аспектима: Студенти треба да развију свести о етичким изазовима које може представљати коришћење Вештачке интелигенције у креирању садржаја, укључујући питања приватности, дискриминације и утицаја на друштво.• Колаборативност и креативност: Студенти треба да науче како се Вештачка интелигенција може користити за подршку колаборативном креирању садржаја, упаривању човека и машине у стварању нових и иновативних идеја.
Исход предмета <p>По успешном завршетку предмета, студенти ће моћи да:</p> <ul style="list-style-type: none">• Разумеју основне концепте, терминологију и историју вештачке интелигенције.• Разликују различите области вештачке интелигенције, као што су машинско учење, обрада природног језика и експертски системи.• Објасне основне концепте и теорије Вештачке интелигенције, укључујући различите алгоритме и технике.• Примене различите технике Вештачке интелигенције у креирању различитих типова садржаја.• Пројектују и имплементирају алгоритме за генерисање садржаја кроз практичне пројекте.• Препознају и разматрају етичке изазове у коришћењу Вештачке интелигенције за креирање садржаја.• Сарађују са Вештачком интелигенцијом у процесу колаборативног креирања садржаја и иновација.• Критички размишљају о могућим утицајима и будућности примене Вештачке интелигенције у креирању садржаја.• Предложе идеје и решења за унапређење примене Вештачке интелигенције у области креирања садржаја.

Овај предмет има за циљ да припреми студенте за напредније и комплексније изазове у области Вештачке интелигенције и креирања садржаја, и да им омогући да активно допринесу иновацијама и напретку у овим областима.

Садржај предмета

Теоријска настава у оквиру предмета "Вештачка интелигенција и креирање садржаја" обухвата дубоко разматрање основних концепата, теорија и модела из области Вештачке интелигенције. Студенти ће добити улаз у свет ВИ кроз истраживање и разматрање историјских момената, основних појмова као што су агенти и решавање проблема, и различитих типова ВИ. Овај део наставе има за циљ да студентима осигура дубоко разумевање фундаменталних теоријских аспеката ВИ и припреми их за практичну примену у срединама реалног света.

Практична настава ће, са друге стране, омогућити студентима да примене своје теоријско знање у конкретним сценаријима. Студенти ће радити на пројектима и вежбама које захтевају примену алгоритама ВИ и различитих техника креирања садржаја. Ово ће им омогућити да стекну практичне вештине у развоју софтверских решења која се базирају на Вештачкој интелигенцији. Софтвери који ће бити изучавани у оквиру наставе биће изабрани тако да буду user-friendly и доступни за студенте, омогућавајући им да се лако снађу и примене научено на практичним задацима. Ова врста наставе има за циљ да студенте охрабри да се упусте у решавање конкретних предизвика у области Вештачке интелигенције и креирања садржаја.

Садржај предмета по недељама:

Недеља 1: Увод у предмет "Вештачка интелигенција и креирање садржаја"

Историјат и развој Вештачке интелигенције, Основни појмови: ВИ, агенти, решавање проблема

Недеља 2: Типови Вештачке интелигенције: симболичка и конекционистичка; Експертни системи и њихова примена; Етички аспекти у примени ВИ

Недеља 3-4: Машинско учење и Основи алгоритама

Недеља 3: Основе машинског учења и надгледано/ненадгледано учење, Регресија и њена примена у анализи података

Недеља 4:

Класификација и кластеровање података

Основни алгоритми ВИ: претраживање, генетски алгоритми, алгоритми за генерисање садржаја

Недеља 5-6: Дубоко учење и Невронске мреже

Недеља 5: Дубоко учење: теорија и примене
Основе невронских мрежа и њихова структура

Недеља 6: Архитектуре невронских мрежа: конволуционалне, рекурентне, дуалне
Примене дубоког учења у креирању садржаја

Недеља 7: Етички аспекти Вештачке интелигенције; Етички изазови и питања приватности у коришћењу ВИ; Аутоматизација и друштвени утицаји ВИ; Законодавство и регулативе у области ВИ

Недеља 8: Колоквијумски испит 1

Недеља 9-10: Обрада и Генерисање Текста

Недеља 9: Обрада природног језика (NLP) и њене технике, Токенизација, стеминг и лематизација

Недеља 10: Генерисање текста користећи рекурентне невроне мреже, Апликације у креирању текстуалног садржаја

Недеља 11-12: Визуелно Процесирање и Генерисање Слика

Недеља 11: Обрада слика и технике дубоког учења у визуелном процесирању Детекција објеката и сегментација слика

Недеља 12: Генерисање слика користећи генеративне адверзарске мреже (GAN) Апликације у креирању визуелног садржаја

Недеља 13-14: Аудио обрада и Музичка Генерација

Недеља 13: Обрада аудио сигнала и анализа звука Екстракција особина и примене у аудио обради

Недеља 14: Генерисање музике користећи дубоко учење Апликације у креирању аудио и музичког садржаја

Недеља 15: Колоквијумски испит 2

Литература

Основна литература

Kuleto V., (2023). Veštačka inteligencija - praktikum, Факултет савремених уметности у Београду, Београд, ISBN 978-86-87175-32-7 .

Кулето, В.,(ур)“Вештачка интелигенција и машинско учење, одабрана поглавља”, Висока школа струковних студија за информационе технологије, ИТС– Београд, 2023., ISBN 978-86-89007-52-7.

Kuleto, V., Ilić, M., [2023]. EdTech TRENDS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR K-12 AND HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS, Faculty of Contemporary Arts, Belgrade ISBN -978-86-87175-13-6.

Norvig, P. Russell, S. "Veštačka inteligencija – Savremeni pristup 1 i 2 - 3.izdanje" CET, 2011., ISBN: 978-86-79912-97-8

Виртуелна уметност ГРАУ, Оливер ЦЛИО, 2008

Допунска литература

Hurbans, R., "Algoritmi veštacke inteligencije", Manning Publications, 2020., (prevod: Kompjuter Biblioteka 2021. ISBN 978-86-73105-61-1)

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 3

Практична настава: 2

Методe извођења наставе

Настава се изводи у виду предавања, вежби и дискусија. Теоријска настава подразумева излагање материјала, док се практична настава фокусира на рад са примерима из праксе и решавање задатака. Студенти се подстичу да активно учествују у дискусијама и анализи случајева из реалног живота. Током практичне наставе студентима се упознају са различитим софтверским алатима који примењују вештачку интелигенцију и они користе исте како би решили постављене задатке, кроз групни рад односно практичну наставу и семинар.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30

практична настава	10	усмени испт	
колоквијум-и	50	
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....)			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

Стварање вредности – процеси, производи и људи

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Стварање вредности – процеси, производи и људи
Наставник/наставници: Марко Милошевић, Владимир Матовић
Статус предмета: Обавезни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета <p>У данашњем агилном пословном окружењу, менаџери се суочавају са глобалним изазовима. Компаније морају да размотре широк спектар заинтересованих страна како би максимизирале своју вредност. Коначна сврха сваке организације је стварање финансијске и друштвене вредности. Овај курс упознаје студенте са основама како организација идентификује и користи савремене изворе вредности да би испунила стратешке и тактичке организационе циљеве. Полазећи од темељног разумевања шта је вредност из различитих савремених перспектива, студенти на овом предмету уче шта су и како се стварају вредности. Различите пословне дисциплине окупљају се у овом предмету да би објасниле како стварање вредности за купце такође ствара вредност за пословање; како тренутна технологија и информациони системи убрзавају овај процес: како рачуноводствене информације и мерење учинка покрећу интерно доношење одлука; како су развој организације и пословни процеса повезани са стварањем вредности, какав је утицај људских ресурса и како инвеститори процењују одлуке управљања и стварање вредности споља.</p> <p>Циљ предмета “Стварање вредности - процеси, производи и људи “ је да студенте упозна са концептом стварања вредности у савременом, агилном и глобалном пословном окружењу. Студенти ће разумети како организације идентификују и користе различите изворе вредности у сврху постицања својих стратешких и тактичких циљева, узимајући у обзир глобалне изазове као што су неједнакост, климатска криза и технолошки напредак.</p>
Исход предмета <p>По успешном завршетку предмета, студенти ће моћи да:</p> <ul style="list-style-type: none">● Разумеју и анализирају различите процесе који доводе до стварања вредности у различитим индустријама.● Примене концепте и алате за управљање и оптимизацију процеса стварања вредности.● Разумеју улогу и значај људских ресурса и тимске динамике у процесу стварања вредности.● Разраде и представе стратегије и планове за стварање вредности у конкретним пословним контекстима.● Критички разматрају и оцењују различите методе и приступе стварању вредности, и предлажу иновације и побољшања.● Разумеју концепт вредности из различитих савремених перспектива.● Примене основне алате за процену и мерење вредности.● Разумеју како различите пословне дисциплине доприносе стварању вредности.● Идентификују и анализирају како технологија и информациони системи подржавају процес стварања вредности.● Тумаче рачуноводствене информације и мерења учинка у контексту интерног доношења одлука.● Разумеју како инвеститори процењују одлуке управљања и стварање вредности.
Садржај предмета

Теоријска настава:

На предмету "Стварање вредности – процеси, производи и људи", теоријска настава студентима пружа основно разумевање концепта вредности у савременом пословном окружењу. Полазећи од дефиниције и различитих перспектива вредности, студенти се упознају са методама и алатима за процену и мерење вредности, улогом технологије и информационих система у овом процесу, и начинима на које рачуноводствене информације и мерење учинка утичу на доношење одлука. Теоријска настава такође обрађује глобалне изазове као што су неједнакост, климатска криза и технолошки напредак, и њихов утицај на стварање вредности у организацијама.

Практична настава:

Практична настава на предмету омогућава студентима да примене стечена теоријска знања кроз решавање конкретних пословних случајева и задатака. Студенти учествују у вежбама које симулирају реалне пословне сценарије, где анализирају и оцењују одлуке управљања и процесе стварања вредности. Осим тога, практична настава укључује и рад са реалним подацима, коришћење софтверских алата за анализу и мерење вредности, као и дискусије и дебате о различитим приступима и методама стварања вредности у различитим индустријама и секторима.

Садржај предмета по недељама:

1. Увод у стварање вредности: Дефиниција и савремени изазови.
2. Разумевање вредности из различитих перспектива.
3. Основни алати за процену и мерење вредности.
4. Улога технологије и информационих система у стварању вредности.
5. Рачуноводствене информације као основа за доношење одлука.
6. Мерење учинка и његов утицај на стварање вредности.
7. Управљање заинтересованим странама у процесу стварања вредности. Стварање вредности за купце и његов утицај на пословање.
8. Први колоквијум.
9. Глобални изазови: неједнакост, климатска криза и технолошки напредак.
10. Људски ресурси и њихова улога у стварању вредности.
11. Финансијска и друштвена вредност: Баланс и интеграција.
12. Стратегије и тактике за максимизацију вредности.
13. Процена и анализа одлука управљања из перспективе инвеститора.
14. Случајеви из праксе: Анализа успешних и неуспешних приступа стварању вредности.
15. Други колоквијум.

Литература

Основна литература

Кулето В., Матовић В, Милошевић М, (2023). Стварање вредности – процеси, производи и људи - практикум, Факултет савремених уметности у Београду, Београд, ISBN 978-86-87175-33-4.

Илић М, (2018). Менаџмент људских ресурса, уџбеник. Висока школа струковних студија за информационе технологије, ИТС- Београд.

Илић М, (2022). Менаџмент људских ресурса, практикум са студијама случаја. Висока школа струковних студија за информационе технологије, ИТС- Београд.

Допунска литература

Мајкл Е. Портер (2007.) Конкурентска предност. ASEE doo. ISBN: 978-86-7668-029-9

Роберт С. Каплан и Дејвид П. Нортон - "Стратегијска карта". Издавач: Harvard Business Review Press; 1st edition (February 2, 2004).

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 3

Практична настава: 2

Методе извођења наставе

Настава се изводи у виду предавања, вежби и дискусија. Теоријска настава подразумева излагање материјала, док се практична настава фокусира на рад са примерима из праксе и решавање задатака.

Студенти се подстичу да активно учествују у дискусијама и анализи случајева из реалног живота. Током практичне наставе студентима се упознају са различитим софтверским алатима који примењују вештачку интелигенцију и они користе исте како би решили постављене задатке, кроз групни рад односно практичну наставу и семинар.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	<i>30</i>
практична настава	10	усмени испт	
колоквијум-и	50	
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

Завршни рад - израда и одбрана

Студијски програм: МАС Креативна комуникација			
Назив предмета: Завршни рад - израда и одбрана			
Наставник: ментор			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: претходно завршен пети семестар			
<p>Циљ предмета Реализација пројекта у пољу кретивног маркетинга, са ослонцем у претходно спроведеном теоријском истраживању и позиционирању основне идеје, и основног концепта пројекта унутар основних поставки теорије маркетинга и кретивних индустрија. Циљ је да се креира пројекат заснован на поставкама формулисаним у завршој тези, као текстуалном предлошку завршног рада. У том смислу, циљ је коначно и недвосмислено формирање студента као оспособљеног мастер комуниколога спремног да реализује али и промишља своје идеје у пољу кретивног маркетинга, што је потребно да се кроз овај завршни рад и потврди.</p>			
<p>Исход предмета Студент оспособљен за реализацију пројеката у области кретивног маркетинга, заснованих на добро промишљеним и јасно позиционираним концептима, уз потпуну свест, како о теоријским, тако и о практичним и техничким аспектима струке. Оспособљеност студента да на основу стечених знања и вештина успешно изради и одбрани завршни рад и да након израде и одбране рада буде компетентан зауспешно примењивање стечених знања на радном месту.</p>			
<p>Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Теоријска настава се одиграва у виду предавања, консултација, дискусија и презентација, уз менторско вођење и усмеравање студента ка адекватним исходима његовог пројектованог решења. <i>Практична настава</i> Практични рад подразумева рад на пројекту израде и одбране завршног рада оквиру одабране теме и са освртом на постављени концепт.</p>			
<p>Литература По избору студената а у вези са одабраном темом и уз препоруке наставника. Формирање информационе основе један је од задатака предмета.</p>			
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	Практична настава:	
<p>Методе извођења наставе Током израде завршног рада, ментор даје неопходна упутства студенту, упућује га на одређену литературу, помаже при избору метода истраживања, анализе и обраде добијених резултата, извођење правилних закључака и др. У оквиру овог дела дипломског рада студент обавља додатне консултације са ментором, а по потреби и са другим наставницима који се баве проблематиком из области теме завршног рада. Консултације, дискусије, презентације, а у вези са радом на пројектованом решењу</p>			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања		завршни пројекат	80
практична настава		усмена одбрана	20
колоквијум-и		
семинар-и			

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата

Вештачка интелигенција у пословању

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Вештачка интелигенција у пословању
Наставник/наставници: Валентин Кулето, Биљана Видука; сарадник Сенадин Плојовић
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
Циљ предмета Циљ овог предмета је да студенти стекну основна знања о вештачкој интелигенцији, разумеју принципе машинског учења, обраде природног језика и примене алгоритама у решавању реалних проблема. Циљ овог предмета је да студенти стекну знања и вештине о основама вештачке интелигенције, начинима обраде података, машинском учењу и развоју интелигентних система. Циљеви: <ul style="list-style-type: none">• Разумевање основа Вештачке интелигенције (ВИ): Студенти треба да стекну дубоко разумевање основних појмова, теорија и принципа Вештачке интелигенције, укључујући машинско учење, дубоко учење, невронске мреже и еволутивне алгоритме.• Примена ВИ у пословању: Студенти треба да науче како се Вештачка интелигенција може применити у различитим пословним процесима и операцијама.• Критичко размишљање о етичким аспектима: Студенти треба да развију свести о етичким изазовима које може представљати коришћење Вештачке интелигенције у пословању, укључујући питања приватности, дискриминације и утицаја на друштво.
Исход предмета По успешном завршетку предмета, студенти ће моћи да: <ul style="list-style-type: none">• Разумеју основне концепте, терминологију и историју вештачке интелигенције.• Разликују различите области вештачке интелигенције, као што су машинско учење, обрада природног језика и експертски системи.• Објасне основне концепте и теорије Вештачке интелигенције, укључујући различите алгоритме и технике.• Примене различите технике Вештачке интелигенције у решавању различитих пословних задатака• Препознају и разматрају етичке изазове у коришћењу Вештачке интелигенције за креирање садржаја.• Критички размишљају о могућим утицајима и будућности примене Вештачке интелигенције у пословању• Предложе идеје и решења за унапређење примене Вештачке интелигенције у области пословања. <p>Овај предмет има за циљ да припреми студенте за напредније и комплексније изазове у области Вештачке интелигенције и пословању и да им омогући да активно допринесу иновацијама и напретку у овим областима.</p>
Садржај предмета Теоријска настава у оквиру предмета "Вештачка интелигенција у пословању" обухвата дубоко разматрање основних концепата, теорија и модела из области Вештачке интелигенције. Студенти ће добити улаз у свет ВИ кроз истраживање и разматрање историјских момената, основних појмова као што су агенти и решавање проблема, и различитих типова ВИ. Овај део наставе има за циљ да студентима осигура дубоко разумевање фундаменталних теоријских аспеката ВИ и припреми их за практичну примену у срединама реалног света. Практична настава ће, са друге стране, омогућити студентима да примене своје теоријско знање у конкретним сценаријима. Студенти ће радити на пројектима и вежбама које захтевају примену

алгоритама ВИ и различитих техника примене у пословању. Ово ће им омогућити да стекну практичне вештине у развоју софтверских решења која се базирају на Вештачкој интелигенцији. Софтвери који ће бити изучавани у оквиру наставе биће изабрани тако да буду user-friendly и доступни за студенте, омогућавајући им да се лако снађу и примене научено на практичним задацима. Ова врста наставе има за циљ да студенте охрабри да се упусте у решавање конкретних предизвика у области Вештачке интелигенције и различитих аспеката пословања.

Садржај предмета по недељама:

Недеља 1: Увод у предмет "Вештачка интелигенција и креирање садржаја"

Историјат и развој Вештачке интелигенције, Основни појмови: ВИ, агенти, решавање проблема

Недеља 2: Типови Вештачке интелигенције: симболичка и конекционистичка; Експертни системи и њихова примена; Етички аспекти у примени ВИ

Недеља 3-4: Машинско учење и Основи алгоритама

Недеља 3: Основе машинског учења и надгледано/ненадгледано учење, Регресија и њена примена у анализи података

Недеља 4: Класификација и кластеровање података

Основни алгоритми ВИ: претраживање, генетски алгоритми, алгоритми за генерисање садржаја

Недеља 5-6: Дубоко учење и Невронске мреже

Недеља 5: Дубоко учење: теорија и примене

Основе невронских мрежа и њихова структура

Недеља 6: Архитектуре невронских мрежа: конволуционалне, рекурентне, дуалне
Примене дубоког учења у креирању садржаја

Недеља 7: Етички аспекти Вештачке интелигенције; Етички изазови и питања приватности у коришћењу ВИ; Аутоматизација и друштвени утицаји ВИ; Законодавство и регулативе у области ВИ

Недеља 8: Колоквијум 1

Недеља 9: Вештачка интелигенција у маркетингу и продаји: Како AI може помоћи у анализи потрошачког понашања, циљаном оглашавању и предвиђању трендова.

Недеља 10: Аутоматизација пословних процеса: Употреба AI у аутоматизацији рутинских задатака, упрошћавање радних процеса и повећање ефикасности.

Недеља 11: Финансијска аналитика и ризик менаџмент: Како AI помаже у анализи финансијских података, предвиђању тржишних трендова и управљању ризицима.

Недеља 12: Управљање ланцем снабдевања: Примена AI у оптимизацији логистике, предвиђању потражње и управљању залихама.

Недеља 13: Вештачка интелигенција у области обслуживања клијената: Како AI може да унапреди корисничко искуство кроз чатботове, анализу повратних информација клијената и персонализоване услуге. Истраживање начина на који AI може да помогне у решавању проблема клијената у реалном времену, предвиђању потреба клијената и стварању лојалности бренда.

Недеља 14: Вештачка интелигенција у стратегијском планирању: Како компаније користе AI да би донеле боље стратегијске одлуке и предвиделе будуће изазове.

Недеља 15: Колоквијумс 2

Литература

Основна литература

Kuleto V., (2023). Veštačka inteligencija - praktikum, Факултет савремених уметности у Београду, Београд, ISBN 978-86-87175-32-7 .

Кулето, В.,(ур)“Вештачка интелигенција и машинско учење, одабрана поглавља”, Висока школа струковних студија за информационе технологије, ИТС– Београд, 2023., ISBN 978-86-89007-52-7.

Kuleto, V., Ilić, M., [2023]. EdTech TRENDS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR K–12 AND HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS, Faculty of Contemporary Arts, Belgrade ISBN -978-86-87175-13-6.

Norvig, P. Russell, S. "Veštačka inteligencija – Savremeni pristup 1 i 2 - 3.izdanje" CET, 2011., ISBN: 978-86-79912-97-8

Допунска литература

Hurbans, R., "Algoritmi veštacke inteligencije", Manning Publications, 2020., (prevod: Kompjuter Biblioteka 2021. ISBN 978-86-73105-61-1)

Janičić P., Nikolić M., "Veštačka inteligencija", Matematički fakultet Univerziteta u Beogradu, 2023., ISBN 978-86-7589-148-2

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 1

Методe извођења наставе

Настава се изводи у виду предавања, вежби и дискусија. Теоријска настава подразумева излагање материјала, док се практична настава фокусира на рад са примерима из праксе и решавање задатака. Студенти се подстичу да активно учествују у дискусијама и анализи случајева из реалног живота. Током практичне наставе студентима се упознају са различитим софтверским алатима који примењују вештачку интелигенцију и они користе исте како би решили постављене задатке, кроз групни рад односно практичну наставу и семинар.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	<i>30</i>
практична настава	10	усмени испт	
колоквијум-и	50	
семинар-и			

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата

Менаџмент у медијима и креативним индустријама

Студијски програм : МАС Креативне комуникације
Назив предмета: Менаџмент у медијима и креативним индустријама
Наставник/наставници: Маја Вукадиновић; сарадник: Санела Голубовић Корционе
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
Циљ предмета Оснаживање студената да разумеју и примењују основне концепте и принципе менаџмента у контексту медијских и креативних индустрија. Развијање вештина критичког мишљења, анализе трендова и примене стратегија у реалном окружењу. Такође, Циљ предмета је упознавање са основама менаџмента и маркетинга у медијима, као и разумевање основних концепата менаџмента и управљања у медијима и менаџмента медијских пројеката и продукције. Поред тога, у фокусу предмета је и савладавање основа медијског маркетинга и практична примена у промоцији медија, али и медијских садржаја, са посебним освртом на савремене канале комуникације у дигиталном окружењу и новим медијима.
Исход предмета По завршетку курса, студенти ће бити способни да: <ul style="list-style-type: none">● Разумеју основне концепте менаџмента у медијима и креативним индустријама.● Анализирају и оцењују трендове и изазове у медијским и креативним индустријама.● Примењују стратегије и технике менаџмента у пракси.● Развијају и примењују критичко мишљење у решавању проблема. По завршетку наставе из предмета, од студента се очекује да влада основним знањима, вештинама и техникама менаџмента и маркетинга у медијима и да је оспособљен за самостални рад на једноставнијим медијским пројектима.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Предмет обухвата предавања о основама менаџмента и маркетинга у медијима, уз представљање историје развоја медија, али и правне регулативе којој подлежу медији. У оквиру предавања представљају се различите вештине, технике и концепти менаџмента у медијима, уз рационално, ефикасно, ефективно и сврсисходно управљање ресурсима и процесима. Такође, обрађују се концепти реализације различитих облика медијске продукције и појединачних пројеката са аспекта менаџмента. Студентима се предочавају основни концепти медијског маркетинга и везе са неопходношћу задовољавања потреба медијског тржишта и медијске публице. <i>Практична настава</i> Кроз групни и индивидуални приступ стечена теоријска знања се примењују у анализи различитих примера медијских кампања и садржаја, уз извођење закључака о њиховим позитивним и негативним аспектима, али и потенцијалним унапређењима. Кроз студије случаја, студенти практично овладавају основним познавањем медијског маркетинга. Током наставе, организују се две посете различитим медијским кућама, које су различите по својој програмској оријентацији, улози али и власничкој структури и студенти се у реалном окружењу практично познају са основама менаџмента у медијима. <i>Садржај предмета по недељама:</i>

1. Увод у менаџмент у медијима и креативним индустријама: Историјски развој, основни концепти и принципи.
2. Основни модели менаџмента: Традиционални и савремени приступи.
3. Структура и организација медијских и креативних индустрија: Организационе структуре и култура.
4. Liderство и комуникација у медијима: Улога лидера, стилови вођења и комуникационе вештине.
5. Стратегијско планирање и одлучивање: Процеси, методе и алати.
6. Маркетинг и брендирање у медијима и креативним индустријама: Основни концепти и примена.
7. Финансијски менаџмент у медијима: Буџетирање, финансијско планирање и контрола.
8. Први колоквијум
9. Хумани ресурси и управљање талентима: Рекрутовање, обука и развој.
10. Технологија и иновације у медијима: Дигитална трансформација и нови медијски формати.
11. Етика и социјална одговорност у медијима: Изазови и принципи.
12. Управљање кризама и управљање репутацијом: Стратегије и технике.
13. Менаџмент пројеката у медијима: Планирање, имплементација и контрола.
14. Припрема за колоквијум: Ревизија и дискусија.
15. Други колоквијум

Литература

др Драган Никодијевић, Менаџмент масовних медија, Чигоја, 2010.
Ричард Кук, ЕВРОПСКИ МЕДИЈИ У ДИГИТАЛНОМ ДОБУ, Цлио, 2011.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 3

Практична настава: 1

Методe извођења наставе

У оквиру сваке недеље, студенти ће бити изложени различитим активностима учења, укључујући предавања, дискусије, вежбе, студије случаја и пројекте који ће им помоћи да разумеју и примене концепте и вештине које се обрађују.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	<i>30</i>
практична настава	10	усмени испт	
колоквијум-и	20	
семинар-и	20		

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

*максимална дужна 2 странице А4 формата