

<b>Студијски програм:</b> Пословна економија и менаџмент (модул Менаџмент медија и културе)	
<b>Назив предмета:</b> Стручна пракса	
<b>Наставник:</b> др Јелена Крстић-Ранђић, проф.	
<b>Број ЕСПБ:</b> 2	
<b>Услов:</b> нема услова	
<b>Циљ предмета:</b> Стицање практичних знања и вештина	
<b>Исход предмета</b> Практична знања и вештине у складу са исходом процеса учења предмета на студијском програму Пословна економија и менаџмент (Модул менаџмент медија и културе)	
<b>Садржај стручне праксе</b> Примена основних техника израде и ажурирања бизнис плана; Упознавање са правилима израде производног плана; Упознавање са правилима израде маркетинг плана; Упознавање са правилима израде организационог плана; Упознавање са правилима израде финансијског плана; Упознавање са техникама пројектног менаџмента; Активно учешће у реализацији пројектата; Упознавање са планирањем и организацијом пројектних задатака; Упознавање са тимским приступом у решавању проблема; Стицање знања о управљању људским ресурсима у организацији; Упознавање са основним методама обуке, развоја и оцене перформанси чланова организације; Разумевање основних појмова из области маркетинга и менаџмента; Упознавање са значајем управљања променама у условима изазова и неизвесности; Упознавање студената са значењем и функцијом комуницирања, улогом и процесом комуницирања, као и учесницима у процесу комуницирања; Упознавање и разумевање улоге и значаја промотивних активности преко друштвених мрежа (Facebook, Twiter, Google plus, Instagram, Youtube); Упознавање са значајем односа с јавношћу за организацију; Упознавање са функцијама службе односа с јавношћу (кризни менаџмент, стварање имиџа и идентитета предузећа, односи с штампом, прес служба, послови с јавношћу, лобирање, односи с инвеститорима); Разумевање значаја ефикасне примене средстава односа с јавношћу (саопштења за јавност, конференција за штампу, медији, средства екстерне комуникације, средства интерне комуникације); Сагледавање утицаја интегрисаног маркетинг комуницирања на конкурентност предузећа; Разумевање доприноса примене оптималне маркетинг стратегије у услужним организацијама; Разумевање значаја корпоративног брэнда; Упознавање са улогом туризма у локалном економском развоју; Разумевање значаја изградње и унапређења односа са институцијама и организацијама од значаја за локални економски развој; Развој индивидуалних способности студената неопходних за унапређење постојећег медијског и културног система; Оспособљавање за самосталну израду и администрирање Web презентација; Оспособљавање за самостални рад у компјутерским софтверима за дизајнирање промотивног материјала (визит карте, флајери, брошуре); Развој стваралачких идеја код студената за израду креативних производа; Разумевање значаја заштите интелектуалне својине и ауторских права; Оспособљавање за планирање и организовање пословних активности у медијима и институцијама културе.	
<b>Број часова, ако је специфицирано</b>	
<b>Методe извођења</b> Стручна пракса студената реализује се у приватним и јавним предузећима /организацијама са којима Школа има потписан Уговор о реализацији практичне наставе или Споразум о пословној сарадњи. Реализација стручне праксе подразумева самостални рад студента под надзором наставника стручне праксе и ментора стручнe праксе у предузећу – организацији. На тај начин студенти се упознају са пословним активностима у планирању, организовању, вођењу и контроли активности предузећа која послују у производном и услужном сектору, са компјутерским програмима за дизајн промотивног материјала (Adobe Photshop, Flash, Final Cut) као и са основним разликама између креативности и резултата креативног рада.	
<b>Оцена знања (максималан број поена 100)</b> <b>Оцена знања врши се на основу урађеног и предатог дневник стручне праксе</b>	