

Прилог бр.3.28		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	ОДНОСИ СО ЈАВНОСТ			
2.	Код	БАС-12ОСЈ			
3.	Студиска програма	Бизнис Менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Бизнис Академија Смилевски			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	I (прв) циклус			
6.	Академска година / семестар	Година		семестар	
7.	Оптовареност со предметот изразена во ЕКТС кредити	7			
8.	Наставник (во случај на повеќе наставници назначен одговорен наставник)	Виш пред. м-р Билјана Галовска			
9.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик			
10.	Неопходни предуслови за слушање и полагање на предметот	/			
11.	Цели на предметната програма (компетенции) и резултати од учењето:	• Развивање на вештини за менаџирање на односи со јавност во организациите; • Развивање на способност за употреба на методи и техники за менаџирање на односи со јавност; • Развивање на медиумска писменост во односи со јавност, способност за пристап, анализа и пренесување на информации; • Препознавање на целна јавност, двонасочно комуницирање, писмено и устно комуницирање со јавноста; • Развивање на вештини за менаџирање на односи со јавност во услови на кризни ситуации; • Развивање на вештини за лобирање; • Развивање на вештинин за менаџирање на односи со јавност преку стандардни и нови медиуми; • Согледување на етички и нормативни односи со јавност во практиката;			
12.	Детална содржина на предметот по поглавја и единици со резултатите од учење за секое поглавје	1. Поим, функција и опфат на односи со јавност во организациите 2. Интерни и екстерни односи со јавност во организациите 3. Медиумска писменост и борба против „лажни вести“ 4. Менаџирање на медиумски план, препознавање на целна јавност и пристап 5. Методи на односи со јавност - Соопштенија за средствата за јавно информирање, Прес конференции, Прес пакети, Медиумска кампања			

		6. Менаџирање на односи со јавност преку стандардни медиуми (печат, радио и телевизија) и нови медиуми 7. Јавен настап, план подготовка, борба против страв од јавен настап 8. Менаџирање на односи со јавност во кризни ситуации, ПР-мерки, евалуација на ПР-план 9. Мерење на односи со јавност – Квантитативно и квалитативно мерење на односи со јавност во организациите 10. Улогата на односите со јавност во портретирањето и градењето имиџ на организацијата 11. Етички пристап во односите со јавност и нормативи во практика;		
13	Заемна поврзаност на предметите	/		
14.	Детален опис на наставните и работните методи за предметот	Предавања со користење на ppt презентации (користење на опрема и софтверски пакети), интерактивни предавања, работа во тим или група на илустративна и проблемска и студија на случај, самостојна изработка и одбрана на проектни извештаи.		
15.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови		
16.	Форми на наставните активности	16.1.	Предавања- теоретска настава. часови	24
		16.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа: часови	24
		16.3.	Пракса: часови	
17.	Други форми на активности	17.1.	Проектни задачи: часови	24
		17.2.	Самостојни задачи: часови	
		17.3.	Домашно учење - задачи	117
18	Услови за потпис	16.1, 16.2 и 17.1		
19	Начин на оценување			
	19.1.	Тестови: бодови		30
	19.2.	Семинарска работа/проект, презентација писмена и усна: бодови		20
	19.3.	Завршен испит: бодови		50
20	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)	до 50 бода		5 (пет) (F)
		51 x до 59 бода		6 (шест) (E)
		60 x до 69 бода		7 (седум) (D)
		од 70 до 79 бода		8 (осум) (C)
		од 80 до 89 бода		9 (девет) (B)
		од 90 до 100 бода		10 (десет) (A)
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Квалитетот на наставата се следи преку неколку механизми:		

		1. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; 2. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; 3. Семестрална само-евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на наставникот; 4. Редовен и вонреден увид (по потреба) во наставата од страна на менаџментот;				
22.	Литература					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Танушевски М.,	Односи со јавност, комуницирање, лобирање		2011
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Black Sam	The Essentials of Public Relations	CLIO, Belgrade	2003
		2.	Миронски Ј.	Односи со јавност и медиуми	Дијалог	2010
		3.	Bernays E	Public Relations	MA: Bellman Publishing Company	