

<b>Предметна програма од втор циклус студии</b>					
Програма за <b>ИЗБОРНИ</b> предмети (4+1)					
1.	<b>Наслов на наставниот предмет</b>	<b>Корпоративни комуникации</b>			
2.	<b>Код</b>				
3.	<b>Студиска програма</b>	Логистика на бизнисот			
4.	<b>Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)</b>	Економски институт, Универзитет „Св Кирил и Методиј“, Скопје			
5.	<b>Степен (прв, втор, трет циклус)</b>	Втор циклус на студии			
6.	<b>Академска година/семестар</b>	2017/2018 <i>Изборен</i>	7.	Број на ЕКТС	5
8.	<b>Наставник</b>	Д-р Наташа Данилоска Д-р Диана Бошковска			
9.	<b>Предуслови за запишување на предметот</b>	<i>Завршен прв циклус на студии (240 кредити)</i>			
10.	<b>Цели на предметната програма (компетенции)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стекнување на сознанија за успешно планирање, организација и креирање на ефективна комуникација и корпоративни односи со јавноста</li> <li>• Способност за користење соодветни канали на дистрибуција на информациите до вработените и менаџментот во хоризонтална и вертикална насока</li> <li>• Стекнување сознанија за корпоративната општествена одговорност</li> <li>• Добивање сознанија за односите со вработените и јавноста, како и односите со потрошувачите</li> <li>• Сознанија за примената на медиумите и техниките на комуницирање, интернет комуникациски канали</li> <li>• Стекнување на сознанија за внатрешен маркетинг и интегрирани маркетинг комуникации</li> <li>• Стекнување на сознанија за начините и можностите за информирање на вработените во кризни ситуации</li> </ul>				
11.	<b>Содржина на предметната програма:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поим за комуникација –видови, цели и теории</li> <li>2. Управување со односите со јавноста</li> <li>3. Внатрешен маркетинг и комуникација</li> <li>4. Функции на интерната комуникација и корпоративни односи со јавноста</li> <li>5. Корпоративен кодекс на однесување</li> <li>6. Корпоративна општествена одговорност</li> <li>7. Односи со вработените и јавноста <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1. Тактики на комуникација со вработените</li> <li>7.2. Вработените како корпоративни носители на интереси</li> <li>7.3. Медиумско обучување на вработените</li> </ol> </li> <li>8. Односите со потрошувачите и комуникации <ol style="list-style-type: none"> <li>8.1. Интегрирани маркетинг комуникации</li> </ol> </li> <li>9. Internet комуникациски канали и корпоративни односи со јавноста</li> <li>10. Управување со кризи и комуникација</li> </ol>				
12.	<b>Методи на учење:</b> Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.				
13.	<b>Вкупен расположлив фонд на време</b>	<b>15 недели</b> <b>5 ЕКТС x 30 часа = 150 часа</b>			

14.	<b>Распределба на расположивото време</b>		12 недели +3 недели консултации <b>15+15+120=150 часа</b>			
15.	<b>Форми на наставните активности</b>	15.1.	Предавања-теоретска настава	15 часови		
		15.2.	Вежби (лабараториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови		
16.	<b>Други форми на активности</b>	16.1.	Проектни задачи	40 часови		
		16.2.	Самостојни задачи	40 часови		
		16.3.	Домашно учење	55 часови		
17.	<b>Начин на оценување</b>					
	17.1.	Тестови			60 бодови	
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)			30 бодови	
	17.3.	Активност и учество			10 бодови	
18.	<b>Критериуми за оценување (бодови/оценка)</b>	до 61 бода		5 (пет) (F)		
		од 61 до 68 бода		6 (шест) (E)		
		од 69 до 76 бода		7 (седум) (D)		
		од 77 до 84 бода		8 (осум) (C)		
		од 85 до 92 бода		9 (девет) (B)		
		од 93 до 100 бода		10 (десет) (A)		
19.	<b>Услов за потпис и полагање на завршен испит</b>	<i>Редовност на настава и вежби, проектна задача</i>				
20.	<b>Јазик на кој се изведува наставата</b>	<i>Македонски јазик</i>				
21.	<b>Метод за следење на квалитетот на наставата</b>	<i>Механизми на интерна евалуација</i>				
22.	<b>ЛИТЕРАТУРА</b>					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Реден број	Реден број	Наслов	Издавач	Година
		1.	<b>Frejzer P.Sejtel,</b>	Практика на односи со јавноста	Превод од Влада на РМ	2011
		2.	<b>Grensing-Pophal</b>	The Essentials of Corporate Communication s and Public Relations	Harvard Business School Press	2006
	3.	<b>Van Riel, C and Fombrun, C</b>	Essentials of Corporate Communication	Routledge	2007	
	22.2.	Дополнителна литература				
		Реден број	Реден број	Наслов	Издавач	Година
		1.	<b>Oliver, S.</b>	A Handbook of Corporate Communication and Public Relations: Pure and Applied	Routledge	2004
		2.	<b>Kotler, Keller</b>	Marketing menagment	Превод од Влада на РМ	2009

		3.				