

1.	Наслов на наставниот предмет	<b>Корпоративни односи со јавноста</b>		
2.	Код	<b>2М6ИПБЗР20</b>		
3.	Студиска програма	<i>УПРАВУВАЊЕ СО СИСТЕМИ ЗА БЕЗБЕДНОСТ И ЗДРАВЈЕ ПРИ РАБОТА</i>		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Универзитет “Св. Кирил и Методиј”, Машински факултет - Скопје		
5.	Степен(прв, втор, трет циклус)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	II/IV	7.	Број на ЕКТС
				<b>6 ЕКТС</b>
8.	Наставник	Татјана Петковска Мирчевска		
9.	Предуслови за запишување на предметот	/		
10.	<p><b>Цели на предметната програма (компетенции):</b> Стекнување теоретски сознанија за значењето од имплементацијата на корпоративните, интегрирани (екстерни и интерни) односи со јавноста во креирање и унапредување на работната средина и корпоративниот имиџ преку лојалноста и мотивацијата на вработените во компаниите. Студентите ги изучуваат суштината, природата, планирањето и имплементацијата на корпоративните односи со јавноста како ефективна екстерна и интерна комуникација со вработените и останатата јавност.</p> <p>Студентите стекнуваат компетенции, вештини и знаења за: успешно планирање, организација и креирање на односите со вработените и останатата јавност, користење соодветни канали на дистрибуција на информациите до вработените и менаџментот во хоризонтална и вертикална насока, примена на интранет-от и соодветни медиуми и техники на комуницирање со вработените во насока на зајакнување на корпоративната свест и припадност кон компанијата, унапредување и заштита на работната средина, комуницирање во кризни ситуации и друго.</p>			
11.	<p><b>Содржина на предметната програма:</b> Дефинирање на поимот односи со јавноста. Модел на комуникациски процес. Развој и управување со ефективна комуникација во компанијата. Целна јавност и корпоративни односи со јавноста. Канали на комуникација и односи со јавноста. Односите на јавноста и маркетингот. Рекламирањето и односи со јавноста. Интегрирани односи со јавноста. Планирање на односите со јавноста. Функции на интерната комуникација и корпоративни односи со јавноста. Мотивација на вработените и корпоративни односи со јавноста. Корпоративни односи со јавноста во кризни ситуации.</p>			
12.	<p><b>Методи на учење:</b> Интерактивна настава</p> <p>Подготовка и презентација на научноистражувачки труд</p> <p>Пишување есеј на тема определена од наставникот</p>			
13.	Вкупен расположлив фонд на време	<i>6 ЕКТС x 30 саати = 180 саати</i>		
14.	Распределба на расположливо време	<i>30 + 30 + 120 = 180 саати</i>		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	30 часови

		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30часови	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30часови	
		16.2.	Самостојни задачи	30часови	
		16.3.	Домашно учење	60часови	
17.	Начин на оценување				
	17.1.	Тестови		50бодови	
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)		40бодови	
	17.3.	Активност и учество		10бодови	
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	до 50 бода		5 (пет) (F)	
		од 51 до 60 бода		6 (шест) (E)	
		од 61 до 70 бода		7 (седум) (D)	
		од 71 до 80 бода		8 (осум) (C)	
		од 81 до 90 бода		9 (девет) (B)	
		од 91 до 100 бода		10 (десет) (A)	
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Пријавена семинарска работа и присуство на предавања во текот на семестарот			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Механизми на интерна евалуација и анкети			
22.	ЛИТЕРАТУРА				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач
		1.	Filipovik V., Kostik M., Prohaska Slobodan	<i>Odnosi s javnoscu</i>	FON, Beograd
		2.	Grensing-Pophal	<i>The Essentials of Corporate Communications and Public Relations</i>	Routledge
		3.	Kotler Ph, Keller K.L.	<i>Marketing management</i>	Pearson
	4.	Alan Belasen	<i>The theory and practice of corporate communication</i>	Sage Publication, Inc.	
22.2.	Дополнителна литература				
	Ред.	Автор	Наслов	Издавач	
				Година	

		број				
		1.	Oliver, S.	<i>A Handbook of Corporate Communication and Public Relations: Pure and Applied</i>	Routledge	2004
		2.	Van Riel, C and Fombrun, C	<i>Essentials of Corporate Communication,</i>	Routledge	2007
		3.	Секуловска Нада	<i>Промоција</i>	Економски факултет, Скопје	2008