



Универзитет уметности у Београду
Факултет драмских уметности

МАСТЕР СТУДИЈЕ

Менаџмент културе и медија

Област	ИМТ – Интердисциплинарне, мултидисциплинарне и трансдисциплинарне студије у пољу Уметности и Друштвено-хуманистичких наука
Врста и ниво студија	Мастер академске студије, II степен
Обим студија	60 ЕСПБ
Дужина студија	1 година
Назив дипломе	Мастер менаџер - култура и медији
Број студената	15
Језик на коме се изводи студијски програм	српски
Web адреса	www.fdu.edu.rs
Услови уписа	Услов за упис на мастер студије МЕНАЏМЕНТ КУЛТУРЕ И МЕДИЈА су завршене основне академске студије са оствареним обимом од најмање 240 ЕСПБ или основне студије по прописима који су важили до ступања на снагу Закона о високом образовању.
Циљ студијског програма	Циљ мастер програма једногодишњих мастер академских студија Менаџмента културе и медија је да студентима омогући продубљивање већ стечених теоријских знања као и овладавање специфичним менаџерским знањима која су неопходна за обављање креативних, концептуалних, аналитичких и руководећих послова на пројектима и у институцијама, од локалног до међународног ранга.

Структура студијског програма

Студијски програм Менаџмент културе и медија конципиран је као програм једногодишњих интердисциплинарних мастер академских студија са обимом од 60 ЕСПБ. По завршетку студија, студент добија академски назив Мастер менаџер - култура и медији.

Да би се уписао на студије другог степена кандидат мора да је завршио студије основне академске студије током којих је остварио најмање 240 ЕСПБ. Поступак уписа се врши на начин, под условима и поступком који је прописан Статутом УУ и Статутом ФДУ.

Овај целовити студијски програм је конципиран као комбинација обавезних и изборних предмета, при чему изборни предмети у укупној структури учествују са око 36% односно у обиму од 22 ЕСПБ. Корпус обавезних предметима који су позиционирани искључиво у првом семестру чине: Стратегијски менаџмент и маркетинг, Менаџмент у култури и културна политика I, Менаџмент позоришта I, Менаџмент електронских медија I који за циљ имају упознавање студената са основним постулатима, циљевима и функцијама менаџмента позоришта, установа културе и електронских медија. не смемо пренебрегнути да је током првог семестра обавезни предмет и Методе и технике научног истраживања, предмет који је незаобилазан у процесу методолошког уобличавања и размишљања и истраживања студента. Истовремено овај предмет за јасан циљ да оспособи студенте за израду мастер рада у коме ће поштовати важећа и методолошка и техничка правила спровођења теоријског и емпиријског истраживања и израде научног рада.

У другом семестру студент је у прилици да бира по један предмет из три изборна блока. Из изборног блока 1 бира се предмет који је највише усаглашен са афинитетима студента и из чије области врши избор теме будућег мастер рада. То су предмети: Менаџмент позоришта II, Менаџмент у култури и уметности и културна политика II и Менаџмент електронских медија II.

Изборни предмети из изборног блока 2 су: Развој позоришне публике, Теорија и пракса дигиталних медија и Организациони дизајн и организациона култура и представљају функционалну подршку за израду мастер рада и допуну тематском оквиру предмета из изборног блока 1.

Предмети изборног блока 3 су: Политика фестивала извођачких уметности, Психологија уметности, Теорија комуникације, Менаџмент људских ресурса у култури и уметности, Савремено позориште: режија класике, Финансијско пословање у култури и уметности, обједињени су са идејом да покрију што већи број различитих и питања, али и интересовања студента и у потпуности оправдају интердисциплинарну оријентацију овог студијског програма. Осим што су сазнања из ових предмета добра теоријска подршка, они су истовремено и високо примењиви у будућем професионалном раду мастер менаџера културе и медија.

Настава на обавезним и изборним предметима одвија се кроз предавања као облик реализације наставних планова и програма, вежбе које су на овом нивоу студија искључиво везане за обавезне предмете. У складу са потребама предмета и наставе организују се трибине и тематски семинари, гостовања компетентних предавача уз инсистирање на интерактивности и динамичном повезивању како студената међусобно тако и у односу на професоре и ментора.

Циљ мастер академских студија је да студентима омогући стицање теоријско-истраживачких, интердисциплинарних знања из области драмских и аудиовизуелних уметности и наука о уметности и овладавање менаџерским вештинама на вишем, стратешком нивоу који је нужан и неопходан за успешно руковођење пројектима и институцијама културе и медија – позориштима, музејима, фестивалима, културним центрима, радио станицама, медијским кућама, рекламним агенцијама... Кроз процес истраживања и израде мастер рада, студент би требало да покаже да је спреман да примењује истраживачке методе, самостално обрађује податке и способан је да самостално изводи закључке и теоријске интерпретације.

По завршеним мастер академским студијама, студент може да наставити процес школовања кроз научне докторске студије у интердисциплинарном или пољу друштвено-хуманистичких наука.

Сврха студијског програма

Студијски програм мастер академских студија Менаџмент културе и медија одликује се високим степеном интердисциплинарне заснованости и практичне примењивости у области културе и медија. Програм омогућава стицање компетенција неопходних за развој културне, уметности и медијске праксе – као посебне непрофитне делатности усмерене на развој националног културног идентитета, очување културне баштине и подстицање савремене уметничке продукције.

Студије Организације, које су биле полазиште у креирању овог студијског програма, на Факултету драмских уметности се изучавају од 1961. године, кроз године су модификоване у складу са најсавременијим димензијама уметничке и научне теорије и праксе, као и потребама трансформације друштва у целини. Ове студије су као стручно-уметничке односно научне студије развијене још од 1974. године када је расписан први конкурс за упис студената на програм магистарских студија. Деведесетих година програми главних, данас обавезних предмета овог студијског програма, трансформисани су и допуњени како би се одговорило новим друштвено-политичким и

економским трендовима који су се одразили не само на привреду већ и на област културе, медија и ширих уметничких токова. Са новим транзиционим таласом од 2000. године, а посебно након евалуације Универзитета уметности од стране Европске универзитетске асоцијације, 2002. године, која је подвукла и подржала значај изучавања менаџмента уметности и медија на Универзитету уметности (као једног од три стуба развоја Универзитета), извршене су и нове промене. С обзиром да је земља ушла у процесе европских интеграција, па су постали неопходни стручњаци у домену менаџмента међународне културне сарадње, посебно познаваоци европских и светских фондова који су постали отворени за помоћ развоју наше уметности, културе и медија, штоловање овог профила се поставило као императив.

По завршеним мастер академским студијама, мастер менаџер - културе и медија оспособљен је за истраживачко-аналитички рад и квалитетно унапређење праксе кроз пројектовање и моделовање у свим областима уметничке, културне и медијске сфере. Током студија мастер менаџер - културе и медија стиче широка знања из области менаџмента, наука о уметности, драмских и аудио-визуелних уметности, продукције.... Програм је адекватно дефинисан и усклађен са друштвеним потребама и економском трансформацијом земље о чему сведоче и позиције које студенти заузимају по завршеним студијама што су лидерске позиције у институцијама културе (Културни центар Београд, Центра „Сава“, Културним центрима широм Србије), позориштима (Београдско драмско позориште, Народно позориште у Београду, Народно позориште у Суботици, Југословенско драмско позориште, Битеф театар...), медијима (РТС, РТВ Б92, Студио Б, РТВ Војводина), министарствима (Министарство културе, Министарство омладине и спорта), невладиним организацијама у земљи, региону и Европи. Својим знањима и вештинама они су не само менаџери и аналитичари културног и уметничког развоја, већ и активни креатори, ствараоци, иницијатори промена са врло позитивним ефектима. Због тога се може рећи да је сврха овог програма едукација и формирање врхунских стручњака, теоретичара и практичара за рад у јавном, приватном и цивилном сектору у области културе и медија.

Циљеви студијског програма

Основни циљ мастер академских студија Менаџмент културе и медија је да студентима омогући проширење и продубљивање већ стечених теоријских знања као и овладавање специфичним продуцентско-менаџерским професионалним интердисциплинарним знањима, неопходним за примену теорије у пракси односно теоријску концептуализацију праксе. Стога ће пажња бити поклоњена подједнако питањима организације, економије и уметности.

Ове студије пружају могућност студентима да развију комплексне вештина које су неопходне за успешно осмишљавање и креирање, а потом руковођење пројектима и институцијама у доменима медија и културе (позориштима, музејима, фестивалима, културним центрима и слично). Стога је акценат на стратешком менаџменту и менаџменту у култури и уметности и културној политици, менаџменту електронских медија као кључним областима менаџмента уметности и медија, те на обликовању (моделовању и ре-структурирању) уметничких и културних организација (организације са и без уметничких тимова); као и на упознавању студената са аналитичким инструментаријем неопходним за истраживање и развој организационих култура, као и на управљању финансијама и развијању знања и вештина неопходних у фандрејзингу и вођењу политике диверсификације финансијских ресурса. Значајан број изборних предмета омогућиће студентима стицање широког образовања из области теорије позоришта, теорија комуникације, менаџмента људских ресурса, психологије уметности и теорија медија.

Циљ програма је и да пружи подстицај развоју индивидуалних способности студената (аналитичко и критичко мишљење, способности моделовања, концептуализације итд.), посебно оних које су неопходне за руковођење институцијама, али и за критичко сагледавање и давање предлога за развој постојећег медијског и културног система – као и одговарајуће медијске и културне политике (анализа и предлог реформи јавне управе, приоритета и постулата деловања културне политике и сл.).

Мастер академске студије генерално за циљ имају да студентима омогуће да овладају знањима и вештинама које ће омогућити обављање креативних, концептуалних, аналитичких и руководећих послова који професију и делатност подижу на виши ниво – ниво менаџера културних и медијских институција, који има капацитете да делује од локалног и националног до европског и светског нивоа.

Компетенције које се стичу

Опште и предметно-специфичне компетенције студената

По завршеним мастер академским студијама од студената се очекује да су овладали методама теоријске анализе и техникама научног рада у домену менаџмента у култури и медијима. Уз чињеницу да поседују

интердисциплинарна знања из области менаџмента у култури, позоришту и медијима, они поседују и бројна друга знања из области драмске књижевности, савременог позоришта, психологије, теорије комуникације и теорије нових медија. Успешно анализирају проблеме, синтетизују и изводе одговарајуће закључке, примењују теорију у пракси, успешно решавају менаџерске конфликтне ситуације и дају решења за нове мере и инструменте организационог развоја установа или културне политике. У целини, студент је оспособљен за истраживачко-аналитички приступ областима културе и медија – овладао је методологијом и процесом истраживања, развио критичко мишљење и адекватно је припремљен за приметну стечених знања и перманентни развој како сопствених способности и каријере, тако и институција културе и медија у којима делује.

Студенти су у стању да доносе одлуке и у случајевима који захтевају не само аналитичко - продуцентске процене већ и етичко просуђивање (етичка дилема везана за продукциона питања: уметничка визија у сукобу са интересом институције - питања рејтинга; или етичке дилеме везане за програмска питања: креативна слобода уметника у сукобу са интересима институције у односу на политику).

Мастер менаџер културе и медија је сензибилизан да схвати и промовише уметност и уметничку продукцију и активно унапређује продукциону делатност у области драмских и аудиовизуелних уметности и културе.

Исход учења

Мастер менаџер културе и медија стекао је знања неопходна за:

- разумевање области менаџмента у култури и културне политике, менаџмента и продукције електронских медија, менаџмента и продукције позоришне уметности;
- планирања и управљања људским ресурсима у уметничким и другим организацијама културе и медија (познаје релевантне теорије, начине мотивисања, технике евалуације итд.);
- анализу и евалуацију организационих структура и организационих култура - уочавање (дис)функционалности; евалуацију вредности, филозофије пословања;
- реструктурирају, преобликовање и стварање новог модела дизајна организације; изградњу предлога нове организационе културе;
- (ре)дефинисање укупне политике и програмских модела електронских медија;
- креативни приступ у решавању менаџерских и продукционих проблема - управљање ризиком и сталним променама у пољу културе и медија;
- праћење и примену новина и унапређење струке;
- разумевање буџетске и фискалне политике, спровођење стратегије диверсификације извора финансирања на националном и међународном нивоу...;
- разумевање макросистема у култури, начина деловања и могућег успостављања функционалних (ефикасних и ефективних) позоришних и других гранских система...

Кроз рад на завршном, мастер раду, студент се опредељује да ли ће се фокусирати на тему из домена културног, позоришног или медијског менаџмента. Под надзором ментора спроводи самостално истраживање које за резултат има целовит, аналитично-синтетички научни рад, са одговарајућим менаџерским или практичним препорукама којима се може унапредити и уметничка пракса у одговарајућим областима.

По завршеним мастер академским студијама студент је спреман да настави школовање кроз: специјалистичке академске студије или докторске студије у интердисциплинарном или пољу друштвено хуманистичких наука.

Курикулум

Акценат наставног процеса мастер академских студија Менаџмент културе и медија је на корпусу обавезних предмета који су целовито концепирани и позиционирани у првом семестру. Реч је о обавезним предметима: Стратејски менаџмент и маркетинг, Менаџмент у култури и културна политика, Менаџмент електронских медија и Менаџмент позоришта, који за циљ имају адекватно увођење студента у теоријску базу и уметничку праксу пословања установа културе и медија. Други обавезни предмет Методе и технике научног истраживања, неопходан је као подршка која омогућава квалитетно снажање студената у сфери научног истраживања и презентовања остварених резултата.

Изборни предмети - Теорија комуникација, Развој позоришне публике, Менаџмент људских ресурса у култури и уметности, Психологија уметности, Политика фестивала извођачких уметности, Финансијско пословање у култури и уметности, Организациони дизајн и организациона култура, Теорије и праксе дигиталних медија, који се прате у другом семестру, пружају значајну потпору изучавању централних области и пружају могућност студенту да активно комбинује предмете и моделује студије у складу са сопственим интересовањима и потребама.

У завршном семестру студенти се опредељују за област (култура, медији, позориште) у оквиру које ће спровести истраживање, дефинишу тему и опредељују се за ментора уз чију сарадњу припремају и реализују завршни, мастер рад.

Листа предмета

Менаџмент електронских медија I
Менаџмент електронских медија II
Менаџмент људских ресурса у култури и уметности
Менаџмент позоришта I
Менаџмент позоришта II
Менаџмент у култури и културна политика I
Менаџмент у култури и културна политика II
Методе и технике научног рада а
Организациони дизајн и организационе културе
Политика фестивала извођачких уметности
Психологија уметности а
Развој позоришне публике
Савремена естетика IIа
Стратегијски менаџмент и маркетинг
Теорије комуникација
Теорија и пракса дигиталних медија
Финансијско пословање у култури и уметности
Завршни рад

Наставни план и програм

Студијски програм: МАС МЕНАЏМЕНТ КУЛТУРЕ И МЕДИЈА

Р.бр.	Шифра предмета	Назив предмета	Семестар	Тип предмета	Статус предмета	Активна настава				Остали часови	ЕСПБ
						П	В	ДОН	СИР		
1.	116	Менаџмент електронских медија I	1	НС	О	2	0	0	4	0	6
2.	122	Менаџмент позоришта I	1	НС	О	2	0	0	4	0	6
3.	114	Менаџмент у култури и културна	1	ТМ	О	2	0	0	4	0	6
4.	267а	Методе и технике научног рада	1	АО	О	2	0	0	0	0	4
5.	139	Стратегијски менаџмент и	1	ТМ	О	2	0	0	0	0	4
6.	ИБI	Изборни блок I	2		И	2	2	0	10	0	14
7.	ИБII	Изборни блок II	2		И	2	2	0	0	0	4
8.	ИБIII	Изборни блок III	2		И	2	0	0	0	0	4
9.		Завршни рад			О						12
Укупно часова (предавања+вежбе, ДОН, СИР, остали часови) и ЕСПБ на години						8	2		11		60
Укупно часова активне наставе, остали часови и бодова за све године студија						21x30=630				630	60

Листа изборних предмета

Студијски програм: МАС МЕНАЏМЕНТ КУЛТУРЕ И МЕДИЈА

Ред.бр.	Шифра предмета	Назив предмета	Семестар	ЕСПБ
Изборно блок I				14
1.	117	Менаџмент електронских медија II	2	14
2.	123	Менаџмент позоришта II	2	14
3.	115	Менаџмент у култури и културна политика II	2	14
Изборно блок II				4
1.	124	Организациони дизајн и организационе културе	2	4
2.	137	Развој позоришне публике	2	4
3.	140	Теорија и пракса дигиталних медија	2	4
Изборно блок III				4
1.	120	Менаџмент људских ресурса у култури и уметности	2	4
2.	130	Политика фестивала извођачких уметности	2	4
3.	272а	Психологија уметности	2	4
4.	276а	Савремена естетика II	2	4
5.	142	Теорије комуникација	2	4
6.	146	Финансијско пословање у култури и уметности	2	4
Укупно ЕСПБ				22

Упис

Услови и процедура уписа студента на мастер академске студије на студијском програму Менаџмент културе и медија усклађени су са Законом о високом образовању, Статутом УУ и Статутом ФДУ.

Сви кандидати који конкуришу за упис, полажу пријемни испит, као неопходан услов за упис.

Услови уписа: одређени су Законом о високом образовању, Статутима УУ и ФДУ као и Правилником о упису кандидата на други и трећи степен академских студија Универзитета уметности.

Право да конкуришу на студијски програм научних мастер академских студија Менаџмент културе и медија имају кандидати који су завршили основне академске студије из области уметности, друштвених или друштвено-хуманистичких наука током којих су остварили најмање 240 ЕСПБ бодова и кандидати који су завршили основне студије по старим законима.

Пријемни испит

Пријемни испит – испит провере склоности и способности, састоји се из: комисијске процене писаног рада који кандидати прилажу приликом пријаве на конкурс и интервјуа, разговора са кандидатима на теме које су инициране литературом, писаним радом и актуелним трендовима у области менаџмента културе и медија.

Кандидати за упис у прву годину мастер академских студија рангирају се према успеху на Основним академским студијама и успеху на квалификационом пријемном испиту.

Кандидат може освојити највише 100 бодова, и то:

- највише 30 бодова на основу претходног успеха на основним студијама (бодови се добијају тако што се просечан успех на основним студијама множи са 3). Под општим успехом на основним студијама подразумева се збир просечних оцена из свих предмета током целокупног студирања. Општи успех се рачуна заокруживањем на две децимале.
- највише 70 бодова на основу провере његових склоности и способности, и то:

а) на основу процене приступног рада од 0 до 15 бодова;

б) на основу разговора са Комисијом - интервјуа од 0 до 55 бодова.

Право на рангирање на јединственој ранг листи стиче кандидат који је положио пријемни испит. Факултет утврђује редослед кандидата који су положили пријемни испит по броју укупно постигнутих бодова, и то: студент који се финансира из буџета и студент који се сам финансира.

Кандидат може бити уписан као студент који се финансира из буџета уколико је рангиран до броја одобреног за упис кандидата који се финансирају из буџета, а који је одређен овим конкурсом и има остварених најмање 80 бодова.

Кандидат може бити уписан као студент који се сам финансира уколико се на јединственој ранг листи налази до броја одобреног за упис кандидата који се сами финансирају и који је одређен овим конкурсом, а има најмање 60 бодова.

У случају да два кандидата имају исти број бодова приликом рангирања, предност се даје кандидату који је стекао већи број бодова на испиту за проверу склоности и способности.

Оцењивање и напредовање студента

Коначна оцена на сваком од предмета овог програма се формира континуираним праћењем рада и постигнутих резултата студента током семестра и школске године, те резултата постигнутих у оквирима предиспитних и активности на испиту.

Укупно оптерећење студента састоји се од похађања предавања и вежби, консултација, самосталног рада под надзором, самосталног рада, израде семинарских радова, истраживања и финалне израде завршног, мастер рада.

Поени се додељују за сваку од предвиђених компонената студијског програма, а полагањем испита студент стиче одређени број ЕСПБ који је дефинисан у студијском програму. Број ЕСПБ утврђен је на основу радног оптерећења студента у савладавању одређеног предмета и применом јединствене методологије Факултета за све студијске програме.

Испити се полажу усмено и/или писмено, а испитни рокови су, према Закону о високом образовању: јануарски, априлски, јунски, септембарски и октобарски. Студент након испуњавања предиспитних обавеза, стичу право да приступе полагању испита. Успешност студента у савлађивању одређеног предмета континуирано се прати током наставе и изражава се поенима. Сваки се предмет вреднује са 100 поена, а испуњењем предиспитних обавеза и полагањем испита, студент може да оствари највише 100 поена. Најмањи обим предиспитних обавеза које се могу испунити током семестра је 30, а највећи 70. Предиспитне обавезе, у зависности од године и предмета, балансирају захтеве из области практичног,

односно теоријског знања и ангажовања студента. Сваки предмет из студијског програма има јасан и доступан начин стицања поена (табела 5.2).

Завршна оцене на испиту се исказују бројчано од 5 до 10, при чему 5 није пролазна оцена, а 10 је највиша оцена. Оцена студента је заснована на укупном броју поена које је студент стекао испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем испита, а према квалитету стечених знања и вештина.

Оцене се евидентирају и уписују у записник о полагању испита, испитну пријаву и индекс студента. Оцена се студенту саопштава непосредно након полагања испита или највише 7 дана од полагања испита.

ПРИКАЗ НАСТАВНИХ ПРЕДМЕТА

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ ЕЛЕКТРОНСКИХ МЕДИЈА I			
Наставници: др Никола Маричић, ред. проф; Милица Спасојевић, асистент			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Уписане МАС Менаџмент културе и медија			
Циљ предмета: С обзиром да је претпоставка успешног функционисања електронских медија функционални менаџмент, предмет има за циљ да студенте упозна са механизмима и факторима који интерно и екстерно утичу на менаџмент медија – радио станица као и да на прави начин овладају теоријским, менаџерским и уметничко-стручним знањима која су неопходна за управљање радио станицом.			
Исход предмета: По завршетку програма, студент је оспособљен за обављање послова на различитим менаџерским позицијама - менаџер станице, менаџер директор или уредник програма, менаџер уредник музичке редакције, менаџер директор или уредник вести, и то у најразличитијим типовима медија који су предвиђени актуелним домаћим законским решењима.			
Садржај предмета: 1. Основни појмови – менаџмент, менаџмент радија, пројектни менаџмент. 2. Теорије менаџмента и менаџмент медија. 3. Улога и позиција менаџера у организационој структури радио станице. 4. Основне функције општег менаџмента и менаџмента радија. 5. Нивои менаџмента. 6. Фактори утицаја на менаџмент радија 7. Нормативни аспекти савременог менаџмента радија. 8. Менаџмент програма радио станице. 9. Менаџмент продаје програма радија. 10. Менаџмент људских ресурса - кадровски менаџмент радио-станице. 11. Финансијски менаџмент радија. 12. Примена савременог менаџмента у функционисању радија јавног сервиса. 13. Функционисање тржишног радија уз примену савременог менаџмента. 14. Евалуација, мониторинг и контрола програма. 15. Испит			
Литература: – Богавац, Светлана, <i>Менаџмент медија</i>, ФИМ, 2000. – Маричић, др Никола: <i>Менаџмент радија</i>, РТС – Радио Београд и Институт ФДУ, Београд, 2007. – Милетић, Мирко, <i>Основе менаџмента медија</i>, Филозофски факултет, 2009, Нови Сад – Зборник <i>Анатомија радија</i>, приредио др Никола Маричић, РТС – Радио Београд и Институт ФДУ, Београд, 2007. – Pringle, P & Starr, M, 2006, <i>Electronic Media Management</i> (5th ed), Elsevier, Boston, 2006.			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 4	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе које предвиђају анализу различитих аспеката менаџмента радио станица и радио дифузног система у Србији, а чији резултат је семинарски рад који се јавно представља; трибине - часови са гостујућим предавачима и сусрет са медијским професионалцима, дебате, дискусије, радионице.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	60 поена	Завршни испит	40 поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава/ СИР	20	усмени испт	40
колоквијум-и			
семинар-и	30		

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ ЕЛЕКТРОНСКИХ МЕДИЈА II			
Наставници: др Никола Маричић, ред. проф; др Мирјана Николић, ред. проф; др Ана Мариноли, ванр. проф;,, Милица Спасојевић, асистент			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 14			
Услов: Уписан други семестар МАС Менаџмент културе и медија и положен испит из предмета Менаџмент електронских медија I			
Циљ предмета: У оквиру предмета студент добија теоријска и практична конкретизована знања из области менаџмента медија и то из области финансијског пословања и менаџмента људских ресурса у савременом медијском окружењу области. Истовремено предмет прати индивидуална истраживачка интересовања студената и сваке године се уз констатни моделује варијабилни део којим се прате и актуелни трендови из домена менаџмента електронских медија.			
Исход предмета: Студенти познају опште и специфичне механизме финансијског пословања медија . Истовремено разумеју уникатност и значај управљања људским ресурсима за остваривање мисије једног електронског медија. Осим што поседују знања из ових области спреман је да креира финансијску стратегију и кадровску политику медија. Ово све води ка спремности студента да успешно изради мастер рад и заврши студије.			
Садржај предмета: 1. Финансијска функција медија. 2. Циљеви и задаци управљања финансијама 3. Финансијско планирање. 4. Бизнис план 5. Финансијска анализа: тржишта, пословања установа, организације... 6. Финансијско одлучивање. 7. Ефекти и евалуација финансијског пословања. 8. Специфичности уметничког рада и менаџмент креативног тима. 9. Стратегија људских ресурса. Мотивација запослених 10. Планирање људских ресурса (знања, способности и квалификација) 11. Руковођење/Лидерство. Интерно комуницирање као задатак одељења за људске ресурсе 12. Методологија израде мастер рада 13. Дефинисање основних елемената мастер рада – предмет, циљ, појмовно-хипотетички оквир рада, литература и извори 14-15. Презентација експликације мастер рада и испит.			
Литература: – Маричић, др Никола: <i>Менаџмент радија</i>, РТС – Радио Београд и Институт ФДУ, Београд, 2007. – Зборник <i>Анатомија радија</i>, приредио др Никола Маричић, РТС – Радио Београд и Институт ФДУ, Београд, 2007. – Пековић, Горан, <i>Менаџмент комерцијалне телевизије</i>, Институт за позориште, филм, радио и телевизију, Београд, 1995. – Торингтон Д. и други, <i>Менаџмент људских ресурса</i>, Датастатус, Београд, 2004. – Sherman, Bl, <i>Telecommunications management, The broadcasting and Cable industries</i>, McGraw-Hill, New YORK, 1987. – Armstrong, Michael <i>Armstrongs Handbook of Human Resource Management Practice</i>, Kogan Page Ltd, London, 2009. – Pringle, P & Starr, M, 2006, <i>Electronic Media Management</i> (5th ed), Elsevier, Boston – Мариноли, др Ана, <i>Стратегије програмирања комерцијалног радија</i>, ФДУ, Београд, 2015.			
Број часова активне наставе: 14	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	СИР: 10
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, дебате, дискусије, радионице.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	60 поена	Завршни испит	40 поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	30	усмени испт	50
колоквијум-и			
семинар-и	20		

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ ЉУДСКИХ РЕСУРСА У КУЛТУРИ И УМЕТНОСТИ			
Наставник: др Маја Ристић, ванр. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписан други семестар МАС Менаџмент културе и медија			
Циљ предмета: Упознати студенте и пружити им теоријска, али и емпиријска знања из области менаџмента људских ресурса у уметничким организацијама. Предметом студенти треба да уоче суштински значај одабира кадрова и хармоничног тимског рада у уметничкој организацији (културном центру, музеју, позоришту..), који директно утиче на квалитет, успех и уметнички домет дела (књиге, представе, концерта).			
Исход предмета: Познавање начина обезбеђивања кадрова за рад уметничке организације. Познавање функција одељења за људске ресурсе организације културе и уметности (позориште, културни центар, издавачка кућа, музеј, галерија..);			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> 1.Значај људских ресурса; 3. Хуманстичка теорије развоја јединке Абрахама Маслова; 4. Одабир кадрова; Процес запошљавања особља (општа матрица послова); 5. Ограничења у избору особља; 6. Регрутовање кадрова; 7. Разноликост рада у уметности; 8. Процес селекције; 9. Појединац у уметничкој организацији;10. Усресређеност на давање доприноса;11. Учествовање у животу заједнице кроз друштвени сектор; 12. Познавање сопствених квалитета; 13. Умеће располагања временом;14. Функционисање комуникације; 15; Волонтери и синдикати у уметности; 16. Управни одбор. 17. Вођство и тимски рад (теорије Адижеса, Дракера); 15.Конструктивно коришћење моћи према А. Маслову;			
Литература: – Зборник радова <i>Dositeus – развој људских ресурса у култури</i>, (уредила др Милена Драгићевић – Шешић, ред. проф Академика, Нови Сад, Београд, 2011. – Ристић, Маја, <i>Позоришни продуцент у друштву знања: уметник или администратор</i>, Зборник радова Факултета драмских уметности број 21 (уредила др Мирјана Николић, ред. проф.), ФДУ, Београд, 2012.			
Број часова активне наставе 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе Настава екс катедра, дебате, дискусије			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	60 поена	Завршни испит	40 поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	40
колоквијум-и			
семинар-и	40		

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ ПОЗОРИШТА I			
Наставници: др Драгана Чолић Биљановски, ред. проф, др Маја Ристић, ванр. проф; др Саша Саиловић, доцент			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Уписане МАС Менаџмент културе и медија			
Циљ предмета: је савладавање теоријских и практичних знања потребних за управљање позоришним установама. Студенти треба да на основу теоријских предавања и увида у практичне примере стекну сазнања о природи и садржају процеса управљања позориштем.			
Исход предмета: Од студента се очекује да познаје теоријске основе менаџмента позоришта, уме самостално да осмисли и спроведе израду свих врста планова у позоришту; разуме организациону проблематику позоришта и способан је да самостално пројектује развој организационе структуре, израђује описе појединачних радних места, разуме природу секторске и унутарсекторске поделе, познаје процес финансијског пословања позоришта; познаје и разуме начела тржишног пословања и могућности њихове примене у позоришној пракси; познаје све чиниоце поступка вођења кадрова; познаје начела спровођења механизма контроле и способан је да их практично примени.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> 1. Мисија/задатак позоришта; особености одређивања мисије/зadatка позоришта из јединственог позоришног система; 2. Циљеви позоришта; 2.1. Уметнички циљеви позоришта; 2.2. Пословни циљеви позоришта; 2.3. Утицај циљева на унутрашњу организацију; 2.4. Особине циљева и њихова примена у позоришној пракси; 2.5. Поступак доношења пословних одлука у позоришту; 2.6. Предвиђање као чинилац доношења одлука у позоришту. 3. Процес планирања и врсте позоришних планова; трајни планови у позоришту (политике, правила и процедуре) 3.1. Репертоарски план; 3.2. Оперативни планови; 3.2.1. План производње позоришне представе; 3.2.2. Планови рада у техници; 3.2.3. Маркетинг планови (план оглашавања и планови продаје); 3.2.4. Годишњи план рада позоришта; 4. Организационе функције у позоришту; 4.1. Секторска организација; 4.2. Успостављање финансијске функције у позоришту и организовање финансијског сектора; 4.3. Сектор маркетинга, његови задаци и организовање; 4.4. Развој кадровске функције у позоришту; 4.4.1. Кадровска функција у односу на уметничко и неуметничко особље; 4.5. Истраживање и развој као посебна организациона функција у позоришту, 4.6. Примена логистике у позоришној пракси; 4.7. Комуникационо – информациони систем унутар позоришне организационе структуре; врсте и значај информација; врсте порука; 5. Контролна функција менаџмента и њена примена у позоришној пракси; 5.1. Развој стандарда контроле у позоришту; 5.2. Контролни циклус у позоришту; 6. Студија случаја: пословање Атељеа 212 (од сезоне 2009/10 до сезоне 2012/13). <i>Практична настава</i> : Студијски боравак у једном од београдских професионалних позоришта.			
Литература – Даниел А. Врен, Ден Воич, Менаџмент, процес, структура и понашање, ПС Грмеч – Привредни преглед, Београд, 2001. – Вилијам Џ. Бернс, Менаџмент и уметност, КЛИО, Београд, 2009. – Саша Саиловић, Нови облици организовања и финансирања институционалног позоришта на примеру позоришног система Београда у складу са принципима пројектног менаџмента, магистарски рад, Београд, фду, 2003. – Саша Саиловић, Мисија националног театра у 21. веку, Београд, <i>Зборник радова ФДУ</i> број 17:117 – 125. 2010.			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 4	
Методe извођења наставе: предавања екс катедра, вежбе у професионалним позориштима или на камерној сцени ФДУ			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	30 поена	Завршни испит	70 поена
активност у току предавања	10	Писани рад	40
практична настава	20	Усмена одбрана рада	30
колоквијум-и			
семинар-и			

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ ПОЗОРИШТА II			
Наставници: др Драгана Чолић Биљановски, ред. проф, др Маја Ристић, ванр. проф, др Саша Саиловић, доцент			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 14			
Услов: Положен испит из предмета Менаџмент позоришта I			
Циљ предмета је примена теоријских знања при решавању практичних проблема са којима се позоришта срећу у свом свакодневном раду.			
Исход предмета Од студента се очекује да познаје теоријске основе менаџмента позоришта те да је способан да примени технике анализе пословања конкретног позоришта, уочи проблеме и предложи начине њиховог превазилажења.			
Садржај предмета <i>Теоријски део:</i> Кроз израду семинарског рада студент врши примену теоријских сазнања стечених похађањем предавања и изучавањем предложене литературе, сазнања стечених током студијског боравака у професионалном позоришту и израду писаног рада на изабрану тему која се односи на решавање ученог проблема, одобреног према предвиђеној факултетској процедури. <i>Практичан део:</i> Студијски боравак у једном од београдских професионалних позоришта.			
Литература – Даниел А. Врен, Ден Воич, Менаџмент, процес, структура и понашање, ПС Грмеч – Привредни преглед, Београд, 2001. – Вилијам Џ. Бернс, Менаџмент и уметност, Клио, Београд, 2009. – Саша Саиловић, Нови облици организовања и финансирања институционалног позоришта на примеру позоришног система Београда у складу са принципима пројектног менаџмента, Магистарски рад, Београд, ФДУ, 2003. – Саша Саиловић, Мисија националног театра у 21. веку, Београд, <i>Зборник радова ФДУ</i> број 17, стр. 117 – 125. 2010.			
Број часова активне наставе: 14	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	СИР: 10
Методe извођења наставе: Предавања <i>ex chatedra</i> , студијски боравак у позоришту.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	30 поена	Завршни испит	70 поена
активност у току предавања	10	писани рад	40
практична настава	20	усмена одбрана рада	30
колоквијум-и			
семинар-и			

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ У КУЛТУРИ И КУЛТУРНА ПОЛИТИКА I			
Наставници: др Милена Драгићевић Шешић, ред. проф, др Весна Ђукић, ред. проф, др Весна Чопић, доцент - гостујући професор			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Уписане МАС Менаџмент културе и медија			
Циљ предмета: 1. Да омогући студентима разумевање улоге културе у друштву, најновијих културних промена у времену глобализације и захтева који се постављају пред савремене културне политике и менаџмент у култури; да упознају најважније теоретичаре културе, културног менаџмента и културне политике који постављају вредносне принципе у области културног менаџмента и културне политике; 2. Да стекну знања о развојним теоријама, индикаторима културног и друштвеног развоја и мапирању ресурса, те да развију способност стручног и професионалног практичног деловања у области културе на основу теоријског истраживања и анализе.			
Исход предмета: Студенти су овладали кључним појмовима савременог менаџмента у култури и и културне политике; развили су проблемско, аналитичко и критичко мишљење, овладали су методима теоријске анализе и академског писања, развили су свест о етичким питањима струке и сензибилисани за схватање позиције свих актера у културном систему.			
Садржај предмета: 1-7. Менаџмент у култури: Филозофске основе културног менаџмента; Глобализација и културне промене – нови захтеви постављени менаџменту у култури: од националне до транскултурне парадигме; Предузетнички приступ теорији културног менаџмента; Теорија креативности и иновативни менаџмент; Поље културе и медија као нова економија; Културни капитал и креативни капитал; Управљање променама и управљање ризиком; Појам одрживог развоја; Друштво знања; Индикатори и ресурси за анализу (World Bank Development Indicators, World Values Survey, Eurostat – Eurobarometer); 8-13. Културна политика: Однос менаџмента у култури и културне политике; развојне могућности савремене културне политике у Србији; Процеси креирања културне политике, методологија истраживања и писања делотворних препорука за доносиоце одлука; 14-15. Усмена презентација резултата студијског истраживачког рада студената			
Литература: 1. Anheier, Helmut K. and Isar, Yudhishtir Raj, (eds.) <i>Cultures and Globalization: The cultural economy</i> . Sage Publications, Thousand Oaks, CA. 2008. 2. Ападурај Арцун, Култура и глобализација, Београд, Библиотека XX век, 2011. 3. Bendixen Peter. About the Philosophical Foundations of the Theory of Cultural Management, in: <i>Cultural Management</i> (Krakow), n. 1/2008, pp. 9-17 4. Haghoort Giep. <i>Cultural Entrepreneurship, an Introduction to Art Management</i> , Phaedon, Utrecht, 1993. 5. Ђукић, Весна, Држава и култура – студије савремене културне политике, Факултет драмских уметности, Београде, 2012. (Однос менаџмента у култури и културне политике 38-47, Развојне могућности савремене културне политике у Србији 353-409, Методологија писања препорука 409-425) 6. Тросби Дејвид, Економика културне политике, Клио, Београд, 2012. 7. Тауси, Рут, Економика културе, Клио, Београд, 2012. 8. Драгићевић Шешић М., Николић, М., Рогач Мијатовић, Љ., Култура и одрживи развој у доба кризе, Институт ФДУ, Београд 2014.			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 4	
Методе извођења наставе: Предавања, дискусије, дебате, презентације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		40 поена	Завршни испит
активност у току предавања			писмени испит
практична настава			усмени испт
Усмена презентација резултата СИР (истраживачка анализа одабраног проблема са дискусијом на крају првог семестра)колоквијум семинар-и		40	

Назив предмета: МЕНАЦМЕНТ У КУЛТУРИ И КУЛТУРНА ПОЛИТИКА II			
Наставници: др Милена Драгићевић Шешић, ред. проф; др Весна Ђукић, ред. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 14			
Услов: Уписан други семестар мастер академских студија и положен испит из предмета Менаџмент у култури и културна политика I			
Циљ предмета: 1. Да омогући студентима разумевање улоге културе у друштву, најновијих културних промена у времену глобализације и захтева који се постављају пред савремене културне политике и менаџмент у култури; да упознају најважније теоретичаре културе, културног менаџмента и културне политике који постављају вредносне принципе у области културног менаџмента и културне политике; 2. Да стекну знања о развојним теоријама те индикаторима културног и друштвеног развоја, мапирању ресурса. Исход предмета: Студенти су овладали кључним појмовима савременог менаџмента у култури и и културне политике; развили су проблемско, аналитичко и критичко мишљење, овладали су методима теоријске анализе и академског писања, развили су свест о етичким питањима струке и сензибилисани за схватање позиције свих актера у културном систему.			
Садржај предмета: 1-7. Менаџмент у култури: Филозофске основе културног менаџмента; Глобализација и културне промене – нови захтеви постављени менаџменту у култури: од националне до транскултурне парадигме; Предузетнички приступ теорији културног менаџмента; Теорија креативности и иновативни менаџмент; Поље културе и медија као нова економија; Културни капитал и креативни капитал; Управљање променама и управљање ризиком; Појам одрживог развоја; Друштво знања; Индикатори и ресурси за анализу (World Bank Development Indicators, World Values Survey, Eurostat – Eurobarometer); 8-13. Културна политика: Однос менаџмента у култури и културне политике; развојне могућности савремене културне политике у Србији; Дилеме културне политике; Процеси креирања културне политике, методологија истраживања и писања делотворних препорука за доносиоце одлука; 14-15. Усмена презентација резултата студијског истраживачког рада студената			
Литература: – Ападурај Арџун, Култура и глобализација, Београд, Библиотека XX век, 2011. – Ђукић, Весна, Држава и култура – студије савремене културне политике, Факултет драмских уметности, Београде, 2012. (Однос менаџмента у култури и културне политике 38-47, Развојне могућности савремене културне политике у Србији 353-409, Методологија писања препорука 409-425) – Драгићевић Шешић М., Николић, М., Рогач Мијатовић, Љ., Култура и одрживи развој у доба кризе, Институт ФДУ, Београд 2014. – Матарасо, Ландри, 21 стратешка дилема културне политике.			
Број часова активне наставе: 14	Теоријска настава: 2	Практична настава: 12	СИР: 10
Методе извођења наставе: Предавања и колоквијум – тест знања			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	60 поена	Завршни испит	40 поена
активност у току предавања		писмени испит	
практична настава		усмени испт	40
колоквијум			
семинар-и	60		

Назив предмета: МЕТОДЕ И ТЕХНИКЕ НАУЧНОГ РАДА А			
Наставници: др Александра Миловановић, доцент, др Ксенија Радуловић, доцент			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписане мастер академске студије			
Циљ предмета: Циљ курса је да студенте упозна са основним проблемима, појмовима и теоријама о методологији и техници научног рада, као и њихово савладавање и примена методологије и технике научног истраживања. Курс обухвата најшири спектар изучавања од избора теме, прикупљања и критичког читања релевантне литературе, дефинисања основних хипотеза, циљева и временске динамике истраживања, до коначног исходишта у структурисању завршног текста.			
Исход предмета: По завршетку наставе, студент треба да буде у стању да влада бројним методама и успешно примењује различите технике научног истраживања. Припрема за приступ изради семинарских радова и специјалистичког рада.			
Садржај предмета Теме предавања: (1) Појам методологије научног рада; (2) Појам техника научног истраживања; (3) Истраживањем до теме; (4) Врсте научних радова и научни текст; (5) Истраживање (прикупљање, обрада, критика и анализа података); (6) Структура научног истраживања (фазе, проблеми, коначна структура); (7–12) Дискусија семинарских радова. (13-15) Читање домаћих задатака и дискусије о испитном раду.			
Литература – Милан Дамњановић, Проблем експерименталне методе у естетици, Београд, 1965. – Милан Дамњановић, Место теоријског рада у оквиру Универзитета уметности, Београд, 1976. – Никола Милосављевић, Основи научноистраживачког рада, Београд, 1989. – Жак Финци, Лео Финци, Руди Финци, Магистериј и докторска дисертација, Сарајево, 1992. – Мидхат Шамић, Како настаје научно дјело, Сарајево, 1992. – Миловановић, Александра, Имагинарно поље филмске слике, читање и нтерпретација, Београд: Задужбина Андрејевић, 2011. – Радуловић, Ксенија, Корак испред, Подгорица – Будва, 2000.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 0	
Методе извођења наставе: Предавања, дискусије, студијски истраживачки рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		30 поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и			
семинар-и		20	

Назив предмета: МЕНАЏМЕНТ У КУЛТУРИ – ОРГАНИЗАЦИОНИ ДИЗАЈН И ОРГАНИЗАЦИОНЕ КУЛТУРЕ			
Наставници: др Милена Драгићевић Шешић, ред. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписан други семестар мастер академских студија			
Циљ предмета: Пренети знања везана за предузетништво у култури и обликовање уметничких и културних организација (организације са и без уметничких тимова); развити свест код студената о различитим могућностима структурирања културних организација у јавном, приватном и цивилном сектору, упознати их са појмовима, критеријумима и параметрима за процену организационе културе, те им омогућити да аналитичким инструментаријем (истраживање) одреде тип организационе културе, планирају њен развој (промене програмске и уметничке политике).			
Исход предмета: Стицање аналитичких знања неопходних за: анализу организационе структуре и уочавање (дис)функционалности; реструктурацију, преобликовање и стварање новог модела дизајна организације; евалуацију организационе културе; идентификацију поткултурних и алтернативних група у организацији; процену њене усклађености са вредностима националне културе и вредностима које промовише културна политика; изградњу предлога нове организационе културе; планирање начина њеног усвајања и развијања од стране уметничких и програмских тимова у институцији.			
Садржај предмета: 1. Организациона структура и обликовање уметничке и културне установе; 2. Појам и садржај организационе културе; 3. Когнитивни елементи (вредности, веровања, норме); симболички елементи (ритуали, обичаји и обрасци понашања, наративи, визуелне и језичке метафоре, артефакти...); 4. Специфичности уметничких организација (утицај културне традиције, глобалних културних токова, лидерског стила рада...). 5. Институционално сећање: политике и праксе; 6. Алтернативне културе и поткултуре у комплексним културним и уметничким организацијама. Могући идеолошко-естетски конфликти; 7. Типови филозофије деловања и организационих култура установа и организација које делују у пољу уметности (Фицгибон); 8. Стратегија развоја организационе културе; 9. Управљање променама; 10. Жаришта креативности у организацији, руковођење и мотивисање. Развој културе изврсности; 11. Утицај европских умрежавања на промене организационих култура. Benchmarking. 12-14. Аналитички инструменти неопходни за евалуацију организационих култура (На основу упитника различитих аутора за процену организационе културе – рад на сопственом инструменту адекватном за делатности у домену културе и медија); 15. Елаборација и презентација инструмента у функцији истраживања за мастер рад.			
Литература: – Јанићијевић Н. Организациона култура, ULIX и Економски факултет Нови Сад, 1997. – Бернс, Џ. Вилијам, Менаџмент и уметност, КЛИО, Београд, 2009 – Драгићевић Шешић М. И Драгојевић С. Менаџмент уметности у турбулентним околностима, КЛИО, Београд, 2005 (поглавље бр. 5) – Drucker Peter, Managing the non-profit Organisation, principles and practices, Harper Collins 1990. – Fitzgibbon, Marian. 2001, Managing innovation in the arts: making art work, Quorum Books, Westport, Conn. – Caust J, (ed.), Arts Leadership, Tilde University Press, Melbourn, 2013. – Торингтон Д. и други, Менаџмент људских ресурса, Дата статус, Нови Сад, 2004.			
Број часова активне наставе 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе: предавања, интерактивна настава, дискусија, консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	30 роена	Завршни испит	70 поена
Елаборација и презентациј инструмента за истраживање	30 поена	Семинарски рад: тема у односу на проблематику истраживања за мастер рад /дизајн организационе структуре, анализа политике сећања итд)	70

Назив предмета: ПОЛИТИКА ФЕСТИВАЛА ИЗВОЂАЧКИХ УМЕТНОСТИ			
Наставници: др Јовићевић Александра, ред. проф - гостујући професор, др Иван Меденица, ред. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписе мастер академске студије			
Циљ предмета: Упознавање студената са историјатом фестивала, њиховим статусом, функцијом и значајем у различитим контекстима. Развијање критичке мисли студената приликом усвајања и анализе одређених концепата спроведено кроз студије случаја. Уочавање различитих инструмената у конципирању, реализацији и евалуацији значајних фестивалских подухвата у земљи и иностранству.			
Исход предмета: Стицање способности за самостално конципирање фестивалског пројекта, његово планирање и реализацију, као и евалуацију и критичку анализу резултата.			
Садржај предмета: Курс је намењен проучавању експлозије фестивала у Европи и њихових уметничких, образовних, економских, културно-политичких аспеката. Полазна претпоставка јесте да у толиком броју фестивала немају сви јасну сврху, улогу и прецизно дефинисан идентитет и да су бројним случајевима осмишљени за потребе маркетинга и као формула за прикупљање средстава. Обрађују се следеће теме: 1. Пад модерног фестивала. Од елитистичке саморепрезентације до културне дипломатије; 2. Алтернативни и студентски фестивали током културне револуције '60-их и '70-их; 3. Модернизам и култура иновације. Развој рефлексивне функције неких фестивала; 4. Експлозија фестивала након завршетка Хладног рата; 5. Сврха, функција, позиционирање и интеракција са садржајем; 6. Уметнички циљеви и рестриктивни фактори; 7. Интернационализација и интеркултурне разлике; 8. Политика престижа. Интеракција са индустријом туризма; 9. Финансирање и спонзорства; 10. Судар локалног и глобалног. Утицај друштва и развој публике; 11. Потрага за континуитетом. Менаџерске одлуке; 12. Фестивал и образована публика; 13. Утицај медија на културни капитал; 14. Фестивал као ко-продуцент. Појава "конзорцијума" фестивала. Стратегије трансформације; 15. Будућност фестивала у Европи.			
Литература 1. Goldberg, RoseLee (1993). Performance Art. From futurism to the present. London: Thames and Hudson 2. Klaic, Dragan (2002). The Future of Festival Formulae. A background paper for the symposium of the same title organized by the Holland Festival in June 2002. 3. Klaic, Dragan (2002). Local interest, derived from a speech given at the EFA 50th anniv. Conference. International Arts Manager, Dec 2002/January 2003. 4. Lacombe, Robert (2004). Le spectacle vivant en Europe, Modèles d'organisations et politiques de soutien. Paris: La Documentation française 5. European Festival Research Project www.efa-aef.eu/en/activities/efrp			
Број часова активне наставе 2		Теоријска настава 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе: Предавања, дискусије, презентације, студије случаја, истраживачки задаци.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		30 поена	Завршни испит 70 поена
Редовно похађање наставе		30	писмени испит 70

Назив предмета: ПСИХОЛОГИЈА УМЕТНОСТИ А			
Наставник: др Ирена Ристић, ванр. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписане мастер академске студије			
Циљ предмета: Стицање увида у теорије и релевантна истраживања психологије уметности и експерименталне естетике, као и упознавање са темама актуелних научних полемика и налазима савремених истраживања уметности.			
Исход предмета: Од студената се очекује да на крају курса буду способни за анализу релевантних теорија и истраживања у области психологије уметности и експерименталне естетике, уз могућност креативне примене стечених психолошких знања и развијања критичког мишљења у историјско-културолошком контексту.			
Садржај предмета усмерен је на испитивање феномена уметности, узимајући у обзир три елемента: уметника, дело и публику, као и два смера деловања: од уметника ка делу (истраживања креативног процеса) и од дела ка публици (истраживање естетске перцепције). Уз осврт на психодинамске тековине у проучавању уметности, гештalt и когнитивне теорије уметности, али и домаћаје нове експерименталне естетике између осталих, студенти се упознају са савременим психолошким истраживањима и динамичким моделима који претендују да објасне уметност, њене функције и исходе.			
Литература – Огњеновић, П. (1997) <i>Психолошка теорија уметности</i>. Београд: Институт за психологију – Мандић, Т. и Ристић, И. (2014) <i>Психологија креативности</i>, Београд: Институт за позориште, филм, радио и телевизију (стр. 125-149) – ППТ, ридер <i>Психологија уметности</i>			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе Предавања, дискусије, радионице, семинари, демонстрације гостујућих експерата, истраживачки пројекти. Преовлађујући начин рада у оквиру часова чини дијалoшкa метода, која подразумева активно учешће студената у разговорима о темама које су предмет преиспитивања. Интерактивност у раду на предмету постиже се и кроз учешће студената/студенткиња у радионицама.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	40 поена	Завршни испит	60 поена
активност у току предавања	20	писмени испит	55
практична настава	10	усмени испит	5
семинар-и	10		

Назив предмета: РАЗВОЈ ПОЗОРИШНЕ ПУБЛИКЕ			
Наставник: др Маја Ристић, ванр. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписан други семестар мастер академских студија			
Циљ предмета је да студентима укаже на значај позоришне публике у стварању целовитог позоришног процеса. Позоришна публика није пасивни учесник позоришне представе, већ њен активни саучесник. Од реакција, понашања публике директно зависи успех и живот позоришне представе. Циљ предмета је, да проучавајући најзначајније светске позоришне, редитељске поетике укаже на све већи утицај који позоришна публика има током извођења представе. Публика постаје лик комада, писац и глумац.			
Исход предмета: Студенти треба да овладају најзначајнијим дефиницијама и теоријама које истражују позоришну публику. На основу примера и истраживања: драмске, оперске и публике мјузикла они треба да науче да сагледају есенцијални значај публике у позоришном процесу.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> 1.Теоријско дефинисање позоришне публике; 2.Дефинисање активне публике у позоришту; 3. Развој позоришне публике кроз историју; 4. Позоришна публика у делима најзначајнијих светских редитеља. 3. 1. Публика у позоришној поетици Станиславски, Брехт, Мејерхолд, Готовски, Барба, Шекнер; 7. Културни модели, стилови живота позоришне публике драмског позоришта у Србији; 8. Позоришна публика (демографске особености, интересовања, стилови живота,) као припадник елитне и популарне културе; 9. Специфичности, профил и особености балетске и оперске публике Народног позоришта у Београду; 10. Однос публике према позоришној критици; 11. Публика мјузикла као хибридна публика; 11. 1 Емоционални доживљај мјузикла; 12. Значај мотивације и анимације публике; 13. Могућности стварања нове публике: едукација и развој публике (развој нових доживљаја, развој сазнања, критичког мишљења); 14. Сектор маркетинга и развој нове публике; <i>Практична настава:</i> Креирање анкета и интервјуа за емпиријско истражовање позоришне публике и спровођење истраживања публике у позориштима Београда;			
Литература – Ристић, Маја, <i>Публика мјузикла</i> , Задужбина Андрејевић, Београд, 2014.			
Број часова активне наставе 2		Теоријска настава: 2	
Практична настава:			
Методе извођења наставе			
Настава „Екс катедра“. Практични задаци везани за писање анкете и учење састављања интервјуа.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		70 поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава		30	усмени испит
колоквијум-и			
семинар-и		30	

Назив предмета: САВРЕМЕНА ЕСТЕТИКА IIA			
Наставници: др Дивна Вуксановић, редовни професор; др Влатко Илић, доцент			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписане мастер академске студије			
Циљ предмета: Основни циљ предмета јесте да се на основу историографских увида у повест савремене естетике и њених појмова, категорија и феномена, постави темељ за проблематизовање савремених токова како опште, тако и посебних естетика (естетика филма и фотографије, сценских уметности, медија, окружења, и сл.), од Шопенхауера и Ничеа до данас. Такође, циљ предмета јесте да се (ре)дефинишу критеријуми естетског вредновања и мерила укуса у савременом добу, да се проблематизују стајалишта нормативне и дескриптивне, те објективистичке, субјективистичке и релационе естетике, да се позиционира естетика ружног у односу на традиционалне естетичке теорије, као и да се одреди место естетике као критичке теорије у актуелном друштвено-економском тренутку.			
Исход предмета: У погледу очекиваних резултата учења, посебно се издваја развијање способности за теоријско-критичко, односно креативно промишљање праваца и оријентација мишљења у области савремене естетике, као и подстицање развоја способности за проблемско „читање“ савремених естетских феномена, и то са различитих интерпретативних, како теоријских тако и личних (субјективних) позиција тумачења.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Оквирни садржај предмета чине основни естетички проблеми, правци и школе мишљења, као и уметничке праксе у 20. веку(авангарда, неоавангарда и трансавангарда, концептуализам, хепенинзи и перформанси, радикалне критичке праксе: феминизам и „женско писмо“, кибер-панк и „хактивизам“ у новим медијима, и др.), сходно томе: структурализам, постструктурализам (постмодернизам), теорије језичких игара и текстуалности, техно-, медијске и постмедијске естетике; као и естетика конзумериз(а)ма: дезауратизација уметности – естетизација робе, спектакуларизација, сајберизација и виртуелизација стварности, идеја паноптизма: тоталитаризам слике, укидање/ реализација естетике.			
Практична настава			
Практични део наставе реализоваће се у оквиру менторски вођених истраживачких пројеката студената (у форми ауторских видео радова или есеја на тему „Проблеми савремене естетике“), чије презентације представљају део испитних обавеза полазника курса.			
Литература			
– <i>Проблем креативности</i>, Зборник радова Естетичког друштва Србије, Естетичко друштво Србије, Београд, 2012. – <i>Естетика и образовање</i>, Зборник радова Естетичког друштва Србије, Естетичко друштво Србије, Београд, 2011. – <i>Криза уметности и нове уметничке праксе</i>, Зборник радова Естетичког друштва Србије, Естетичко друштво Србије, Београд, 2014. – <i>Књига или текстови по властитом избору.</i>			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе			
Преовлађујући начин рада / стицања знања чини дијалогска метода, која подразумева анимацијске (мајеутичке) способности предавача с једне, као и активно учешће студената у разговорима који су предмет преиспитивања, с друге стране. Остали видови комуницирања, сагледано у контексту предмета изучавања, су истраживачка, као и метода презентовања естетских феномена.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	40 поена	Завршни испит	60 поена
активност у току предавања	30	презентација пројекта	30
присуство	10	усмени испт	30

Назив предмета: СТРАТЕГИЈСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ			
Наставник: др Ђорђе Каличанин, ванр. проф.			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписане МАС Менаџмент културе и медија			
Циљ предмета: Стратегијски менаџмент и маркетинг је упознавање студената са идејом, концептом и процесом стратегијског менаџмента и маркетинга, две блиске и овде обједињене научне дисциплине из пословне економије. Иако се ове дисциплине доминантно везују за пословне (профитне) организације, оне своју примену све чешће налазе и у непрофитним организацијама и организацијама у јавном сектору. Разлог за то јесте њихова универзалност. Оне омогућавају остварење мисије, односно сврхе организације, у смислу стварања вредности за клијенте организације и њене осниваче. Циљ предмета је и унапређење и надоградња стечених знања из менаџмента и маркетинга на основним студијама и њихова примена у области културе и медија.			
Исход предмета: Након савладавања градива из предмета Стратегијски менаџмент и маркетинг, студенти ће стећи специфична знања о улогама стратегијског менаџмента и маркетинга у области културе и медија, што ће им омогућити повећање њихових укупних компетенција неопходних за обављање различитих послова у бројним институцијама културе и медија. Исход предмета се огледа и у унапређењу њихових вештина у коришћењу бројних инструмената и техника стратегијског менаџмента и маркетинга које се користе у процесу анализе, формулисања и примене пословних и маркетинг стратегија.			
Садржај предмета: Основне теметске целине и области предмета Стратегијски менаџмент и маркетинг: Концепт и процес стратегијског менаџмента; Стратегијска анализа; Формулисање пословне стратегије; Примена стратегије; Стратегијски и оперативни планови; Маркетинг и стратегијски маркетинг у организацији; Стратегијски маркетинг у непрофитним организацијама			
Литература: – Ђуричин, Д., Јаношевић, С., Каличанин, Ђ., <i>Менаџмент и стратегија</i>, десето, прерађено и допуњено издање, Економски факултет, Београд, 2015. – Котлер, Ф., Келер, <i>Маркетинг менаџмент</i>, Дата Статус, Београд, 2006. – Каличанин, Ђ., <i>Менаџмент вредности предузећа</i>, Економски факултет, Београд, 2006.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе: Предавања и колоквијум – тест знања			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	50 поена	Завршни испит	50 поена
активност у току предавања		писмени испит	
практична настава		усмени испт	50
колоквијум	50		
семинар-и			

Назив предмета: ТЕОРИЈА КОМУНИКАЦИЈА			
Наставници: др Милена Драгићевић Шешић, ред. проф, др Никола Маричић, ред. проф, др Весна Ђукић, ред. проф и др Мирјана Николић , ред. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписане мастер академске студије			
Циљ предмета: Указати на сложеност комуникационих процеса и међузависност елемената – извор, примаоц, порука, медиј. Показати значај медијског језика за конструкцију и деконструкцију медијских порука у ефективної комуникацији између и у оквиру различитих култура.			
Исход предмета: Упознатост студената са различитим теоријама комуникације; Познавање различитих типова и класификација медија у савременом свету (медијске карактеристике, медијски ефекти); Јасан увид у процес комуникације: произвођење значења и рецепција значења (извор, прималац, порука, медији); Познавање елемената значајних за анализу медијског текста: омогућити им да разумеју и интерпретирају савремени медијски језик, значења медијских текстова (семантику: знакове и симболе) – анализа порука маркетиншке комуникације.			
Садржај предмета: Теорија комуникације – извор, прималац, порука, медији; Теорија медија и друштвена теорија (франкфуртска школа, британске студије културе...); Графички модели комуницирања - Шенон-Виверов, Гербнеров, Шрамов, Барлов, хеликоцентрични, трансакциони... Комуникацијски модели емдија (медији презентације и репрезентације), интерперсонална комуникација и медијска комуникација (интерактивност); Медији у социо-политичком окружењу (моћ медија, регулације и дерегулације); Семантика: знакови и симболи – конструкција локалних и глобалних идентитета – политика памћења и заборављања – дијагностички критицизам; Карактеристике поруке: структура, стил и садржај; од лога до билборда; Радионица: Медијска писменост – читање визуелних порука: текст/рецепција – студија случаја; Гласови субкултура / медијске субверзивне форме и хегемонистичка медијска репрезентација – репрезентација субкултура у мејнстрим текстовима; Индустрија оглашавања и производња будућности (конструкција жеља) – процесуирање маркетиншке поруке; Радионица: стварање и разумевање публициитета; Елементи и методе убеђивања; Ефекти медија (критички мултикултурализам – читање кроз контекст различитих култура); Познавање публике: реакције публике: хијерархија модела ефеката;			
Литература: – Бригс, Адам и Кобли, Пол: Увод у студије медија, Клио, Београд 2005. – Келнер, Даглас Медијска култура, Клио, Београд, 2006. – Лоример, Роланд: Масовне комуникације, Клио, Београд, 1998 – Радојковић, Мирољуб, Стојковић Бранимир: Информационо-комуникациони системи, Клио, Београд, 1998.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе: предавања, радионице (групни задаци – анализе текста) уз дебате и дискусије, семиснарски – истраживачки рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	50 поена	Завршни испит	50 поена
активност у току предавања, радионице	10	писмени испит	
практична настава		усмени испт	50
колоквијум-и			
семинар-и	40		

Назив предмета: ТЕОРИЈА И ПРАКСА ДИГИТАЛНИХ МЕДИЈА			
Наставник: др Ана Мартиноли, ванр. проф.			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписан други семестар мастер академских студија			
Циљ предмета: Циљ предмета је упознавање студената са савременим променама медијског окружења, новим облицима медијске продукције насталим под утицајима дигитализације, уочавање нових навика публике и образаца потрошње медијских садржаја.			
Исход предмета: По завршеном курсу студенти би требало да буду способни да критички анализирају савремене медијске трендове, да разумеју промену улоге продуцената медијских садржаја и медијске публике, као и да буду упознати са новим медијским формама, продукције и дистрибуције медијских садржаја.			
Садржај предмета: 1-3. Појам дигиталних медија, нове медијске теорије 4-6. Актуелни медијски трендови, глобализација и транснационализација, фрагментација публике, финансијска консолидација, појам конвергенције медија 7-9. Основне карактеристике дигиталних медија, интерактивност, хипертекстуалност, виртуелност 10-11. Дигитални медији и продукција садржаја, дигитални радио, Интернет радио, подкастинг, блог, влог, трансмедијално приповедање 12-13. Публика у дигиталном медијском окружењу, активна публика, појава просумера, партиципативност 14. Друштвене мреже, појам идентитета корисника 15. Испит			
Литература: – Мануел Кастелс, <i>Моћ комуникације</i>, Клио, Београд, 2013. – Џозеф Тјуроу, <i>Медији данас 1</i>, Клио, Београд, 2012. – Ричард Рук, <i>Европски медији у дигиталном добу</i>, Клио, Београд, 2012. – Dovey, Grant, Kelly: <i>New Media Reader</i>, MIT Press, 2003. – Mitzi Waltz, <i>Alternative and Activist Media</i>, Edinburgh University Press – Bailey, Cammaerts, Carpentier: <i>Understanding Alternative Media</i>, McGraw Hill, Open University Press – Шира литетатура – Аса Бригс, Питер Берк, <i>Друштвена историја медија</i>, Клио, Београд, 2006. – Роџер Фидлер, <i>Mediamorphosis</i>, Клио, Београд, 2004.			
Број часова активне наставе 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе: Предавања екс катедра, дебате, израда семинарских радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	40 поена	Завршни испит	60 поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испт	60 поена
колоквијум-и			
семинар-и	30		

Назив предмета: ФИНАНСИЈСКО ПОСЛОВАЊЕ У КУЛТУРИ И УМЕТНОСТИ			
Наставници: др Весна Ђукић, редовни професор, др Весна Чопић, доцент - гостујући професор			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписан други семестар МАС Менаџмент културе и медија			
Циљ предмета: Упознати студенте са основним моделима финансирања у култури и оспособити их да управљају финансијским пословањем у јавном, приватном и цивилном сектору у култури.			
Исход предмета: Студенти разумеју принципе тржишта културе и других сродних тржишта (културне и креативне индустрије, културни туризам, уметничко образовање и сл); познају разлике између профитно и непрофитно оријентисаних делатности у култури; познају економске инструменте културних политика и других јавних практичних политика које суфинансирају индиректне буџетске кориснике у култури; познају механизме финансијског пословања у јавном, цивилном и приватном сектору у култури; успешно припремају финансијске стратегије мешовитог финансирања и бизнис планове у култури.			
Садржај предмета: 1-4. Улога тржишта културе у културном систему; Спољашњи и унутрашњи извори финансирања у култури; fundraising – субвенције, донације, спонзорство; пирамида финансирања у култури; стратегија мешовитог финансирања; информациони систем финансијског менаџмента у култури (ИСФМ); 5.6. Економски инструменти културне политике и других јавних практичних политика; однос културне политике према културној и креативној индустрији; механизми финансирања: буџетско финансирање оснивача, суфинансирање на јавним конкурсима; међународни структурни фондови УНЕСКО и ЕУ; културна статистика; 7- 9. Сопствени приходи: продаја примарних и секундарних производа и услуга у култури; бизнис план; 10-14. Модели финансирања у култури и културна статистика: компаративна анализа Србије и земље чланице ЕУ (COMPENDIUM - Cultural policies and trends in Europe), одељак о финансирању www.culturalpolicies.net ; одељак о културној статистици; истраживачки рад студената; усмена презентација резултата и дискусија			
Литература: 1. Бернс, Вилијем, Менаџмент и уметност, Београд, Клио (Операције и буџетирање стр.349-373; Економија и финансијски менаџмент 392-448; Прикупљање средстава 492-545); 2. Драгићевић Шешић, Милена, Стојковић, Бранимир, Култура, менаџмент, анимација, маркетинг, Београд, Клио, 2011; (Предузетништво у култури, годишњи бизнис план галерије стр. 107-113); 3. Ђукић, Весна, Држава и култура – студије савремене културне политике, Факултет драмских уметности, Београд, 2012 (Економски инструменти стр. 135- 158, Европски структурни фондови стр. 271-278 Ширење тржишта културе стр. 291-299, Развој финансијских ресурса 321-332, Политика културног туризма стр.358-364); 4. Ђукић, Весна, „Изазови позоришне политике у Србији: финансирање у функцији вредносно-идејних циљева“, Постконференцијски зборник радова у ЦД формату с научног скупа Менаџмент драмских уметности и медија – изазови 21. века, Београд, Зборник радова Факултета драмских уметности, стр. 171-181; 5. Ђукић, Весна, „Утицај културне политике на развој креативне економије и тржиште рада у Србији“, 2012., Култура и друштвени развој, Зборник радова са научног скупа Културна политика, уметничко стваралаштво и медијска пракса у функцији одрживог развоја, Београд, Мегатренд универзитет, 12. мај. 2012, стр.11-25			
Број часова активне наставе 2		Теоријска настава: 2	
		Практична настава:	
Методе извођења наставе: Предавања, израда и презентација семинарског рада			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		50 поена	
активност у току предавања		писмени испит	
практична настава		усмени испт	
колоквијум			
семинар-и		50	

ЗАВРШНИ РАД

Број ЕСПБ: 12
Услов: Положен сви испити предвиђени студијским програмом
Циљеви завршног рада: Циљ завршног рада је да кроз индивидуални, менторски рад студенту пружи неопходна знања и вештине за израду дипломског рада са темом која ће адекватно репрезентовати теоријска и практична знања и вештина које је стекао током студија. Студент кроз свобухватан и студиозан рад презентује успешност усвојеног знања које је стицао током студирања на мастер академским студијама, које је кроз израду завршног рада, унапредио и иновативно обликовао у теоријски рад у коме могу бити елементи засновани на емпиријском истраживању којим се унапређује теорија и пракса менаџмента у култури и медијима.
Очекивани исходи: Успешан избор теме; Способност пројектног конципирања рада на мастер теми рада која укључује утврђивање његовог предметног и појмовно-хипотетичког оквира и циљева истраживања. Израда мастер рада уз примену научно оправданих и адекватних истраживачких техника и метода. Целовит дипломски рад обима 120.000 – 200.000 карактера који показује оспособљеност студента за самостални истраживачки рад који ће обликовати у форму адекватну за мастер рад. Оспособљеност за јавно представљање рада и његових резултата пред комисијом за процену и одбрану мастер рада
Општи садржаји: У другом семестру мастер студија студент се опредељује за област, тему и ментора под чијим руковођењем ће спровести истраживање и систематизовати резултате у форму завршног мастер рада Израда завршног рада обухвата примену теоријских сазнања стечених похађањем предавања и изучавањем предложене литературе, сазнања стечених током студијског боравка у професионалним установама културе, позориштима, медијима, на основу истражене литературе. Све ова истраживања интерполирају се у израду писаног рада на изабрану тему, одобрену према предвиђеној факултетској процедури. Кроз индивидуални, менторски рад студенту пружи неопходна знања и вештине за израду дипломског рада са темом која ће адекватно репрезентовати теоријска и практична знања и вештина које је стекао кроз мастер академске студије. Кроз израду мастер рада, студент је показао да уме успешно да концептуализује тему, предмет, циљеве, појмовно-хипотетички оквир и методологију израде рада у смислу чега примењује научно оправдане и адекватне истраживачке технике и методе. Извори учења се дефинишу у складу са темом на којој студент ради и везани су за уже и шире области истраживања. Инцијална литература дефинише се у договору са ментором и приликом избора теме.
Методе извођења: Према утврђеној процедури након договора са ментором везано за предмет и тему истраживања, студент припрема експликацију која се на одговарајућем обрасцу доставља Већу катедре на разматрање и процену. Предложена тема и експликација се разматрају на састанку, о њој се дискутује, усваја се у целини или уз одређене корекције након чега формално студент почиње истраживачки рад. По завршеном менторском раду, ментор обавештава Веће катедре и његовог чланове да је завршио менторски рад, након чега се формира трочлана комисија за оцену и одбрану рада. Минимално седам дана пре заказане одбране, кандидат доставља примерке мастер рада одговарајућим службама Факултета односно ментору и члановима комисије, након чега се организује одбрана. О одбрана завршног рада се води записник у који се уписује оцена, а на основу успеха и број поена односно оцена. Одбраном завршног, мастер рада сматра се да је студент завршио мастер студије. Извори учења се дефинишу у складу са темом на којој студент ради и везани су за уже и шире области истраживања. Инцијална литература дефинише се у договору са ментором и приликом избора теме.
Оцена (максимални број поена 100). Завршни, писани теоријски рад до 60 поена и Усмена одбрана пред комисијом до 40 поена.