

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Интегрисане академске студије медицине			
Врста и ниво студија: Студије првог и другог степена			
Назив предмета: Мас медијске кампање у промоцији здравља			
Наставник Шантрић Милићевић Милена; Терзић-Шупић Зорица; Бјеговић-Микановић Весна; Вуковић Дејана; Матејић, Бојана; Јовић-Вранеш Александра; Ђикановић Босиљка; Јанковић Јанко; Стаменковић Жељка; Тодоровић Јована; Мандић-Рајчевић Стефан; Стевановић Александар; Сотировић Ивана.			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 2			
Услов: положени сви испити из треће године			
Циљ предмета Основни циљ предмета је да упозна студенте са: а) Најважнијим теоријама и моделима који представљају основу савремених комуникација за здравље б) стратегијама планирања и развоја мас медијских кампања у области промоције здравља.			
Исход предмета Знање стечено у току наставе на предмету Мас медијске кампање у промоцији здравља омогућава студенту медицине да: а) Планира и дизајнира кампање у области промоције здравља; б) Развија и тестира поруке и материјале за кампању у промоцији здравља; в) Прати и евалуира мас медијске кампање у промоцији здравља.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> Улога комуникације у унапређењу здравља. Теорије и модели понашања према здрављу; Планирање комуникације и развијање стратегије комуникације; Развијање концепта, порука и материјала за кампању; Имплементирање кампања у области здравља; Евалуација кампања у промоцији здравља. <i>Семинари:</i> Примери мас медијских кампања у промоцији здравља; Планирање евалуације мас медијске кампање; Предлози за унапређење на основу исходне евалуације. <i>Практична настава: Вежбе и домаћи задатак:</i> Прикупљање података о циљној популацији; Планирање израде, дистрибуције, промоције и процесне евалуације; Претестирање концепта, порука и материјала за кампању; Рад са медијима; Дизајнирање кампање у области промоције здравља; Презентација кампање.			
Литература 1. Социјална медицина, Медицински факултет Универзитета у Београду. ЦИБИД 2023 2. Huff R, Kline M, Peterson, D, Green L (2015). Health promotion in multicultural populations A Handbook for Practitioners and Students London: SAGE Publications, Ltd 3. Thompson TL (Ed) (2014). Encyclopedia of health communication (Vols. 1-3). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. 4. Wakefield MA, Loken B, Hornik RC (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. Lancet;376(9748):1261-1271. 5. Медицински факултет Универзитета у Београду и Центри за превенцију и контролу болести, Атланта/САД (2007). Стратешке комуникације. Наставни материјал. 6. Goldberg, E., Eberhard, J., Bauman, A. et al. Mass media campaigns for the promotion of oral health: a scoping review. BMC Oral Health 22, 182 (2022). https://doi.org/10.1186/s12903-022-02212-3 . 7. Stead M, Angus K, Langley T, et al. Mass media to communicate public health messages in six health topic areas: a systematic review and other reviews of the evidence. Southampton (UK): NIHR Journals Library; 2019 Apr.			
Број часова активне наставе: 30	Теоријска настава: 14	Практична настава: 16	
Методе извођења наставе Настава се одвија по принципу комбинованог електронског учења и рада у учионици (енгл. blended learning). Предавања, вежбе, форум дискусије, домаћи задаци, аудиовизуелни материјал, семинарски рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	<i>поена</i>	Завршни испит	<i>поена</i>
активност у току предавања	10	писмени испит – практични испит	70

практична настава	10	усмени испт	/
колоквијум-и	/		
семинар-и	10		