

**ВЕЋУ ЗА МУЛТИДИСЦИПЛИНАРНЕ СТУДИЈЕ
УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ**

ПРИЈАВА ТЕМЕ ЗА ИЗРАДУ МАСТЕР РАДА

Обраћам се Већу за мултидисциплинарне студије Универзитета у Београду са молбом да ми се, као студенту дипломских академских студија:

РЕЛИГИЈА У ДРУШТВУ, КУЛТУРИ И ЕВРОПСКИМ ИНТЕГРАЦИЈАМА

одобри израда мастер рада.

Наслов тезе:

КОРПОРАЦИЈА И НОВА РЕЛИГИОЗНОСТ: КОМУНИКАТИВНИ АСПЕКТИ

Научни циљ предложене тезе:

Полазећи о тезе да се корпорација дефинише као организациони и институционални систем, овај рад се бави истраживањем специфичности корпоративне комуникације, посебно имајући у виду потенцијалну сличност (дискурс, терминологија, циљеви) са моделима комуникације који се операционализују у оквиру институционализованих религиозних система.

Предмет рада:

Полазећи од категорија визије, мисије и вредности које су угаони каменови савременог схватања корпоративног идентитета, у раду се настоји да се покаже како се симболичко парафразирање комуникативних стратегија и терминолошког инструментаријума, који је карактеристичан за религиозну комуникацију, може детектовати у корпоративном свету. И у једном и у другом систему развија се концепт заједнице, концепт циљане комуникације и концепт вредности.

И један и други систем су хијерархијски конституисани, и у једном и у другом систему се остварује комуникација на хоризонталној и вертикалној равни, као што се оба потврђују кроз специфичне форме општења карактеристичне за својеврсне „обрете иницијације“ и процесе интеграције. Намера је да се покаже како се неосетно, кроз терминологију и типове општења,

у оквиру великих корпоративних система артикулише својеврсна сакрализација пословних дискурса и пракси.

Методе рада:

У изради овог рада користиће се различити извори података:

- литература о комуникацији како би се поставили темељи разумевања комуникацијског процеса уопште;
- литература из економских и богословских наука релевантна за разумевање организационе структуре корпорације и концепта заједништва;
- приручнике, извештаје и анализе корпоративних комуникација као полазиште за предметну анализу.

Метод рада: поређење, анализа и дедукција како би се доказала постављена хипотеза.

Структура (по поглављима):

Увод: Значај теме и циљ

Прво поглавље: Појам визије, мисије и вредности у светлу религије и мултинационалних компанија

Друго поглавље: Комуникациони канали у цркви и мултинационалним компанијама; примаоци информација у оба система

Треће поглавље: Концепт профилације запослених на темељу визије, мисије и вредности

Четврто поглавље: Људске вредности и вредности компаније

Закључак: Нова религиозност и сакрализација корпоративне сфере

Литература:

- Д. Н. Ђуричин, С. В. Јаношевић, Ђ. М. Каличанин, Менаџмент и стратегија, Универзитет у Београду, Економски факултет, Центар за издавачку делатност, 2013
- Ф. Котлер, Н. Ли, Корпоративна друштвена одговорност, Чигоја штампа, Београд, 2007
- Љ. Тадић, Ауторитет и оспоравање, Филип Вишњић, Београд, 1987
- В. Јеротић, Између ауторитета и слободе, Арс либри, Београд, 2011
- З. Томић, Комуникологија, Чигоја штампа, Београд, 2003
- З. Томић, News Age, Службени Гласник, Чигоја штампа, 2009

- З. Томић, Књига о ћутању, Чигоја штампа, Београд, 2016
- Ерих Фром, Ауторитет и породица, Нолит, Загреб, 1989
- Elijas Kaneti, Masa i moć, Krug Commerce, Beograd, 2010
- Г. Ле Бон, Психологија гомила, Градац, Чачак, 2007
- Н. Берђајев, Судбина човека у савременом свету, Логос, Београд, 2006
- И. А. Ильин, Поглед у даљину, Бернар, Стари Бановци, 2010
- Г. Флоровски, Метафизички предуслови утопизма, Модерна, Београд, 1991
- М. Елијаде, Слике и симболи, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, 1999
- М. Сеџвик, Против модерног света, Укронија, 2006
- G. Colvin, Talent is overrated, N. B. Publishing, 2008
- J. Balmer, A. Wilson, Corporate Identity: There is more to it than meets the eye, M. E. Sharpe, Inc. 1998
- J. Kunde, Corporate Religion, FT Prentice Hall, 2002
- S. W. J. Kozlowski, The Oxford Handbook of Organizational Psychology, New York, Oxford University Press, 201

У току израде рада прошириће се списак литературе у односу на потребе истраживачког поступка.

Радна биографија:

Тамара Тодоровић рођена је 24.10.1977. године у Београду где је завршила XII Београдску гимназију и Богословски факултет СПЦ. Операциони менаџмент завршила је на Институту за Операциони менаџмент универзитета у Хадерсфилду 2006. године. Усавршила област снабдевачког ланца 2008-2009. године. Ради у мултинационалним компанијама у земљи и у иностранству више од 16 година.

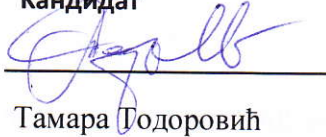
Ментор



Проф. др. Зорица Томић

Филолошки факултет, Универзитет у Београду

Кандидат



Тамара Тодоровић

Број индекса: 15/2018

ВЕЋУ ЗА МУЛТИДИСЦИПЛИНАРНЕ СТУДИЈЕ

УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ

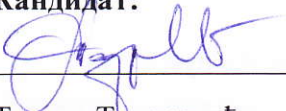
Студијски програм:

РЕЛИГИЈА У ДРУШТВУ, КУЛТУРИ И ЕВРОПСКИМ ИНТЕГРАЦИЈАМА

Наслов тезе:

КОРПОРАТИВНА КОМУНИКАЦИЈА: АСПЕКТИ НОВЕ РЕЛИГИОЗНОСТИ

Кандидат:



Тамара Тодоровић

Чланови комисије:

Ментор:



Проф. Др. Зорица Томић, Филолошки факултет, Универзитет у Београду

Комисија:

Проф. Др. Александар Петровић, Филолошки факултет, Универзитет у Београду

Доцент Др. Владан Таталовић, Богословски факултет СПЦ, Универзитет у Београду

Изјава о академској честитости

Тамара Тодоровић 15/2018

Својим потписом гарантујем да ћу се у току студија, а нарочито у току израде мастер рада, у потпуности уздржати од плагирања, односно копирања туђих идеја и њиховог презентовања као сопствених, без одговарајућег признавања ауторства.

Разумем да копирање туђих идеја може бити извршено из књига и часописа и података који могу бити представљени у табелама, дијаграмима, дизајну, плановима, фотографијама, филму, музици, формулама, веб сајтовима, компјутерским програмима и на други начин. Јасно ми је да плагијат такође укључује и представљање, употребу и дистрибуирање рада предавача или других студената као сопствених.

Свесна сам да намерним присвајањем идеја других и приказивањем као сопствених чиним повреду Закона о ауторском и сродним правима, као и других закона и одговарајућих аката Универзитета у Београду.

У Београду, 07.02.2019.

Потпис студента

