



АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА ЗАПАДНА СРБИЈА

Седиште Ужице, Трг Светог Саве 34

О Д С Е К У Ж И Ц Е

План рада за летњи семестар школске 2021-22.

Назив предмета	ПОСЛОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ				
Студијски програм/и (модул)	Менаџмент и предузетништво				
Година студија	трећа	Семестар	шести	ЕСПБ	6
Статус предмета	изборни		Услов	нема	

Подаци о наставницима и сарадницима на предмету	
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Др Радомир Стојановић (предавања), Професор аструковних студија, Понедељак 14,00-16,00 radomir.stojanovic@vpts.edu.rs
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Др Ивана Бојовић (вежбе), Професор струковних студија, Четвртак 12,00-14,00 Ivana.bojovic33@gmail.com

Циљеви предмета
Да се студенти упознају са основним карактеристикама, особинама и природом пословног комуницирања и његовим различитим реализацијама, те да савладају и усвоје основне технике и вештине комуницирања у домаћем и међународном пословном окружењу.

Садржај и структура предмета
<p>Теоријска настава: Појам комуницирања; облици комуницирања (према намени, улози језика, према чулима), елементи комуницирања (пошиљалац и примаоц поруке, порука, медиј за пренос порука, кодирање, декодирање, шумови, повратна реакција), процес комуницирања, концепт јавности (маса, публика, аудиторјум, јавност, интерна јавност); интерно пословно комуницирање (формално и неформално), пословна кореспонденција – писмо, пословни мејл; пословни састанак, телефонска комуникација, међународно пословно комуницирање, невербални аспекти мултикултуралне комуникације; инструменти комуникационог микса; пословно преговарање, врсте преговора, разлика између појмова интерес и позиција, основни концепти преговарања, преговарачки процес, преговарачки тимови, преговарачке стратегије; комуницирање у кризним ситуацијама (појам, облици, носиоци, фазе, поступак, најчешће грешке).</p> <p><i>Практична настава:</i> Практични примери и студије случаја из пословног комуницирања на домаћем, регионалном и глобалном тржишту; истраживање и анализа позитивних и негативних пракси пословне комуникације; примена метода и вештина писане, усмене и невербалне комуникације; истраживање за креирање промотивне стратегије и предлог појединачних тактика. Кроз вежбе у малим групама развијање основних способности које омогућују ефикасну и ефективну пословну комуникацију. Кроз тимски рад студената вршиће се симулација пословног преговарања, као и комуникација у конфликтним ситуацијама.</p>

План и распоред извођења наставе	
Наст. недеља	НАЗИВ НАСТАВНЕ ЈЕДИНИЦЕ
Предавања	
1	Опште поставке о комуницирању -појам, дефиниције, значај, облици комуницирања (по више критеријума); ћутање као вид комуницирања (манипулација тишином)
2	Елементи процеса комуницирања -извор (пошиљалац поруке), порука (појам, релевантност поруке, редундантност поруке), кодирање (шифрирање поруке)
3	Канали комуницирања, примаоц поруке, дешифровање (декодирање) поруке, шумови у процесу комуницирања (врсте, место настанка, последице), повратна реакција примаоца; концепт јавности (маса, публика, аудиторјум, јавност, интернајавност)
4	Комуницирање у пословне сврхе (појам, подела, општа правила), интерно пословно комуницирање (формално, неформално; врсте, значај, могући проблеми)
5	Пословна кореспонденција- пословно писмо (појам, елементи, организација информације, садржај, врсте, најчешће грешке), пословни мејл (појам, специфичности); видео конференција, телефонска комуникација
6	Пословни састанак (фазе, иницирање, припрема, отварање, вођење, дискусија, закључци); међународно пословно комуницирање (специфичности, невербални аспект-телесни покрети, облачење, лични простор, поимање времена), могући проблеми у међународној комуникацији)
7	Инструменти комуникационог микса -редослед употребе, оптимална комбинација; пропаганда (појам, врсте, буџет, учесници; графичка и огласна пропагандна средства)
8	Пропаганда (наставак)-пројекциона, просторно пластична и интерактивна средства)
9	Унапређење продаје као инструмент комуникационог микса (појам, значај, предности и недостаци, деловање, врсте-усмереност на потрошаче, канале продаје и сопствено особље)
10	Односи с јавношћу (појам, врсте, организација ПР службе, прес клипинг, њуз летер); публицитет (појам, значај, деловање, сличности и разлике са односима с јавношћу)
11	Лична продаја (појам, значај, показатељи успешности); спонзорство (појам, елементи, индикатори познатости); директни маркетинг (појам, значај, медији, облици), промоција „од уста до уста“ (појам, значај, ефекти)
12	Пословно преговарање (појам, елементи преговарачког процеса, врсте преговора; Харвардски модел преговарања-елементи и фазе)
13	Основни концепти преговарања (БАТНА, ЗОПА, највиша/најнижа прихватљива цена...)
14	Фазе преговарачког процеса , преговарачки тим, преговарачке стратегије, препреке у преговарачком процесу
15	Кризно комуницирање -кључни појмови (ризик, криза, кризни менаџмент), фазе у кризном комуницирању, стратегије, најчешће грешке у комуницирању током кризе
Вежбе	
1	Комуникација- основни појмови, облици комуницирања, анализа примера из праксе
2	Елементи процеса комуницирања- рад у малим групама
3	Елементи процеса комуницирања- рад у малим групама Шумови, декодирање- анализа примера, концепт јавности
4	Вербална и невербална комуникација- вежбе
5	Примена метода и вештина писане, усмене и невербалне комуникације
6	Активно слушање вежбе
7	Симулација пословног састанка, анализа специфичних аспеката пословних ситуација
8	Пословни бонтон - вежбе
9	Истраживање за креирање промотивне стратегије и предлог појединачних тактика
10	Истраживање за креирање промотивне стратегије и предлог појединачних тактика
11	Лична продаја - елементи, индикатори познатости, облици директног маркетинга, ефекти промоције „од уста до уста“
12	Комуникацијски стилови Асертивна комуникација вежбе
13	Кроз тимски рад студената вршиће се симулација пословног преговарања, као и комуникација у конфликтним ситуацијама
14	Кроз тимски рад студената вршиће се симулација пословног преговарања, као и комуникација у конфликтним ситуацијама
15	Кризно комуницирање- анализа примера, студије случаја, рад у малим групама

Начин оцењивања – структура и број поена на предиспитним обавезама и испиту

- Предавање до 10 поена
- Вежбе до 10 поена
- Први колоквијум до 10 поена
- Други колоквијум до 10 поена
- Семинарски рад до 10 поена
- Писмени испит до 20 поена
- Усмени испит до 30 поена

Литература

- Г. Добријевић: *Пословно комуницирање и преговарање*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2017
- Костић-Станковић М, Филиповић В, Властелица Т: *Односи с јавношћу*, ФОН, Београд, 2020
- С. М. Lehman, D. DuFrene: *Пословна комуникација*, Дата статус, Београд, 2015.
- Stjuart Tabs: *Комуникација – принципи и контекст*. Слио, Београд, 2012.
- *Инструменти за комуникацију у условима кризе у туризму*, Министарство економике и регионалног развоја, Београд, 2012

Ужице, 18.01.2022. године

Др Радомир Стојановић
Др Ивана Бојовић