

Одсек	Менаџмент, Економски	Студијски програм	Менаџмент, Рачуноводство и ревизија
Наставни предмет	ПОСЛОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ		
Шифра предмета		Година студија	трећа
Звање, име и презиме наставника	др Радомир Стојановић, професор струковних студија		

Наста. тема	НАЗИВ НАСТАВНЕ ТЕМЕ
1	Опште поставке о комуницирању (појам, значај, учесници, облици комуницирања (према намени, према улози језика, према чулима), ћутање као облик комуникације)
2	Елементи пословног комуницирања (пошиљалац, прималац, медији, порука) и процес комуницирања (извор поруке, порука, кодирање поруке, канали комуницирања, прималац поруке, дешифровање поруке, сметње-шумови, повратна реакција примаоца)
3	Концепт јавности (маса, публика, аудиторијум, јавност, интерна јавност- појам, врсте и карактеристике)
4	Пословно комуницирање (појам, значај, врсте), интерно пословно комуницирање (појам, врсте- формално о неформално, циљеви, могући проблеми код интерног пословног комуницирања)
5	Пословна кореспонденција - пословно писмо (појам, елементи, врсте), пословни Е мејл (појам, специфичности), остали начини (дислоцирани саговорници, директна комуникација са посебним освртом на пословни састанак (иницирање, припрема, отварање, вођење, дискусија, закључци...))
6	Међународно пословно комуницирање (појам, специфичности, невербални аспекти, могући проблеми у међународној пословној комуникацији)
7	Инструменти комуникационог микса: привредна пропаганда (појам, врсте, буџет-методе и структура, учесници у медијском оглашавању, средства за пренос пропагандних порука-г карактеристике и врсте рафичких и огласних пропагандних средстава)
8.	Привредна пропаганда (наставак) - карактеристике и врсте пројекционих, просторно пластичних и интерактивних пропагандних средстава
9	Унапређење продаје (појам, значај, деловање, врсте-усмереност на потрошаче, канале продаје и сопствено особље), односи с јавношћу (појам, значај, деловање, врсте), публицитет (појам, значај, деловање, сличности и разлике са односима с јавношћу)
10	Лична продаја (појам, значај, показатељи успешности), спонзорство (појам, елементи, суштина, ефекти), директан маркетинг (појам, значај, облици), промоција „од уста до уста“ (појам, значај, ефекти)
11	Пословно преговарање (појам, врсте преговора, разлика између позиција и интереса), харвардски модел преговарања (елементи, фазе), основни концепти преговарања (БАТНА, ЗОПА, највиша/најнижа прихватљива цена...)
12	Преговарачки процес (припрема, размена информација, уговарање, закључење уговора...), преговарачки тимови (појам, важна питања код формирања тима), могуће гешке код преговарања
13	Преговарачке стратегије (врсте-решавање проблема, борба за превласт, попуштање, нечињење...), препреке у преговарачком процесу
14	Кризно комуницирање (криза-појам и врсте; ризик- појам, кризно комуницирање као део кризног менаџмента)
15	Најчешће грешке у комуницирању током кризе, фазе кризног комуницирања (пре, за време и после кризног догађаја), како комуницирати током кризе (негирање кризне ситуације, признање, јавно извињење, вербални напад, оправдање/изговор)