

Студијски програм: Производно инжењерство			
Назив предмета: Пословне комуникационе вештине			
Наставник: Проф. др Драгана Бјекић, др Ивана Крсмановић, професор СС			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: без услова			
Циљ предмета			
<ul style="list-style-type: none"> - разумевање темелних начела пословног комуницирања, пословног бонтона и културолошких разлика између пословних система у различитим државама - интеркултурална комуникација, пословна дистанца, неспоразуми, конфликти, - односи са јавношћу и медији пословног комуницирања, - корпоративно комуницирање (промоција, имиџ, лого, кампања), - практична и теоријска припрема студената за усвајање знања и вештина из области пословног комуницирања 			
Исход предмета			
Студенти су оспособљени да разумеју и дефинишу циљеве и сврху пословног комуницирања, опишу начине примене основних начела пословног комуницирања у савременом инжењерском окружењу и вреднују интеркултуралне и интерперсоналне законитости комуникационих процеса, ради управљања комуникационим потенцијалима запослених у радним организацијама. Студенти ће унапредити своје комуникационе вештине и стећи неопходна знања за решавања конфликта, разумевање корпоративних порука, креирање елемената јавног информисања и транспарентног пословног комуницирања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Теоријски аспекти културе пословног комуницирања и пословне етике; Врлине, начела, кодекси, пословни бонтон, међународна пословна етикеција; Традиционалне парадигме пословног комуницирања; Комуникативне културне пословне димензије; Пословни индивидуализам; Комуникативна пословна дистанца, Манипулација и злоупотреба моћи; Односи са јавношћу као нова комуникативна холистичка парадигма пословног комуницирања, Механизми тржишног оглашавања, Public Relations, пропаганда, Стварање пословног имиџа; Кризно комуницирање; Корпоративни изглед и комуникација (лого, визит карта, име, Trade Mark), Пословна информацијска графика; Нове комуникационе технологије савременог пословног комуницирања; Значај и врсте преговарања; Харвардски принцип преговарања.			
Практична настава			
Демонстрација успешних и мање успешних облика комуникације, преговарања, маркетиншких кампања путем видео пројекција, презентација, TED talk конференција уз дебате, анализе случаја, дискусије, комуниколошке вежбе			
Литература			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Косановић Силвана, <i>Business Communication for All</i>, Велеучилиште Сплит, 2001 2. Крсмановић. И, Ристовић М. "Квалитет комуникације између васпитно-образовне установе и корисника услуга (Quality of Communication between a Daycare staff and parents)," <i>Tehnika i praksa</i> no. 20, 2018, pgs.213-221. 3. Марковић, Марина: <i>Пословна комуникација</i>, Клио, Београд, 2008. 4. Табс, Стјуарт: <i>Комуникација – принципи и контекст</i>, Клио, Београд, 2013. 5. Кастелс, Мануел: <i>Моћ комуникација</i>, Клио, Београд, 2014. 6. Пленковић, Марио: <i>Пословна комуникологија: Култура пословног комуницирања</i>, Хрватско комуниколошко друштво, Нонаком, Загреб, 2003. 7. Лоример, Роленд: <i>Масовне комуникације</i>, Клио, Београд, 1998. 8. Jeremy Harris Lipschultz: <i>Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics</i>, Routledge, London, 2018. 9. Green, Andy: <i>Creativity in Public Relations</i>, Kogan Page, London, 2010. 10. Podnar, Klement: <i>Corporate Communication: A Marketing Viewpoint</i>, Routledge, London, 2015. 			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 3	Практична настава: 3
Методe извођења наставе			
<ul style="list-style-type: none"> - еkleктичка метода, <i>blended learning</i>, <i>project-based learning</i>, онлајн ресурси, е-књиге - Комуниколошке вежбе, дискусије, видео презентације, дебате, игра улога, анализа студија случаја, говорне вежбе 			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена (мин.30):	Завршни испит	Поена (макс. 70):
Присуство и активности на предавањима	10		
		усмени испит	50
Комуникационе вежбе, дискусије	40		