

Назив предмета: ПОСЛОВНА КОМУНИКАЦИЈА**1. ОСТВАРИВАЊА ОБРАЗОВНО-ВАСПИТНОГ РАДА - ОБЛИЦИ И ТРАЈАЊЕ**

РАЗРЕД	НАСТАВА				ПРАКСА	УКУПНО
	Теоријска настава	Вежбе	Практична настава	Настава у блоку		
I		70				70

Напомена: у табели је приказан годишњи фонд часова за сваки облик рада

2. ЦИЉЕВИ УЧЕЊА:

- Упознавање ученика са начинима и средствима интерне и екстерне комуникације;
- Развијање вештине комуникације у продаји;
- Упознавање са правилима пословног бон-тона;
- Оспособљавање за успешно обављање телефонског разговора
- Оспособљавање за правилно састављање е-маил порука;
- Развијање вештина за активно слушање и превазилажење конфликтних ситуација;
- Овладавање техникама продајног наступа;
- Оспособљавање за обављање продајног разговора;
- Развијање вештина из области пословне кореспонденције у робном промету.

3. НАЗИВ И ТРАЈАЊЕ МОДУЛА ПРЕДМЕТА

Разред: ПРВИ

Ред.бр.	НАЗИВ МОДУЛА	Трајање модула (часови)
1.	Увод у пословну комуникацију	12
2.	Писано пословно комуницирање	16
3.	Комуникација у трговини	24
4.	Продајне вештине и пословни бонтон	18

4. НАЗИВ МОДУЛА, ИСХОДИ, ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ / КЉУЧНИ ПОЈМОВИ САДРЖАЈА

НАЗИВ МОДУЛА	ИСХОДИ По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА / КЉУЧНИ ПОЈМОВИ САДРЖАЈА
Увод у пословну комуникацију	<ul style="list-style-type: none"> • објасни појам комуникација; • разликује врсте комуникације; • објасни разлику између вербалне и невербалне комуникације; • комбинује вербалну и невербалну комуникацију кроз конкретан пример; • разликује интерну од екстерне комуникације • разликује намену средстава комуникације • објасни карактеристике пословне комуникације • користи средства комуникације(телефон и е- пошта). 	<ul style="list-style-type: none"> • Појам комуникација; • Врсте комуникација; • Вербална комуникација; • Невербална комуникација; • Интерна комуникација; • Екстерна комуникација; • Карактеристике пословног комуницирања; • Средства и начини комуницирања (телефон, интернет).
Писано пословно комуницирање	<ul style="list-style-type: none"> • објасни значај писаног пословног комуницирања; • користи технику куцања у алфанумеричком делу тастатуре; • користи технику куцања у нумеричком делу тастатуре; • изради пословна писма као најмасовнији вид писаног пословног комуницирања; • обликује пословна писма у разним формама; • разликује посебне видове писаног пословног комуницирања (пословни образци и прописани образци); • примењује правила коришћења Е-mail-а; • напише и користи е-mail као брз начин комуникације са клијентима и сарадницима; • опише структуру која представља стандард у писању биографије; • изради CV и напише пријаву за посао; • обави основну кореспонденцију у робном промету 	<ul style="list-style-type: none"> • Писано пословно комуницирање • Пословна писма • Обликовање пословних писама, форме пословних писама • Врсте пословних писама • Посебни облици писаног пословног комуницирања • Директна пошта(директни маркетинг) • Е-mail • CV, пријаве за посао • Пословна кореспонденција у робном промету- упит, понуда, поруџбина, уговори (елементи уговора), комисијски записник, рекламације, бонификације
Комуникација у трговини	<ul style="list-style-type: none"> • спроведе различите технике продајног наступа • разликује све фазе продајног разговора • примени фазе продајног разговора • разликује елементе разговора вођеног у личном контакту • прими и остави поруку преко телефона • уговори пословни састанак преко телефона • разликује типове потрошача • састави е-mail поруке различитих намена • препозна могуће баријере у комуникацији • превазиђе баријере у комуникацији на конкретном примеру 	<ul style="list-style-type: none"> • Увод у продајни наступ и фазе процеса продаје • Технике продајног наступа • Фазе продајног разговора • Баријере у комуникацији • Методе решавања конфликтних ситуација • Уобичајени изрази који су прикладни за разјашњавање неспоразума • Типови купаца и комуницирање • Типови потрошача и реаговање на различите типове потрошача • Култура продаје, лични имиџ и наступ продавца



	<ul style="list-style-type: none"> • примени различите методе решавања конфликтних ситуација • понаша се у складу са општим правилима понашања продавца • користи функционалне фразе и изразе приликом телефонирања • састави и шаље електронску поруку 	<ul style="list-style-type: none"> • Општа правила понашања продавца • Маркетиншки показатељи успешности комуницирања • Имиџ фирме као елемент комуницирања (Пословно даривање) • Телефонирање и електронска комуникација • Функционалне фразе и изрази који се користе приликом телефонирања • Симулација телефонског разговора • Електронска комуникација- правила за писање E-mail порука
<p>Продајне вештине и пословни бонтон</p>	<ul style="list-style-type: none"> • представи себе и своје предузеће • примени све научене вештине комуникације • примени правила за активно слушање • планира и припрема продајни разговор • разликује фазе продајног разговора • разликује општа правила понашања продавца • примени најважније продајне вештине • примени правила аргументације за купца • одговори на приговоре купца • прилагоди приступ купцу у зависности од типа потрошача • наведе фразе и изразе које треба избегавати у продајном разговору • објасни значај облачења као вид комуникације • упореди продају групи од продаје један на један • примени правила успешног преговарања • понаша се у складу са правилима пословног бонтона • објасни значај општеприхваћених правила понашања; • примењује пословну етику • прилагоди одевање врсти занимања (униформа или слободна варијанта) • објасни значај пословног стила који компанији доноси углед и поштовање 	<ul style="list-style-type: none"> • Способности продавца • Вештине комуницирања • Продајне вештине • Вештине активног слушања и постављања питања • Вештина облачења (униформа лице компаније) • Вештина невербалне комуникације • Групна продаја • Правила пословног понашања (пословни бон-тон) • Понашање-манири • Ословљавање, обраћање, поздрављање • Пословни морал • Одевање • Бонтон- саставни део пословног стила

5. УПУТСТВО ЗА ДИДАКТИЧКО-МЕТОДИЧКО ОСТВАРИВАЊЕ ПРОГРАМА

На почетку сваке теме ученике упознати са циљевима и исходима, планом рада и начинима оцењивања.

Модули се реализују кроз вежбе у специјализованој учионици/кабинету.

Приликом остваривања програма вежби одељење се дели на групе до 15 ученика.

Препоручени број часова по модулу:

– Увод у пословну комуникацију: 12 часова

- Писано пословно комуницирање: 16 часова
- Комуникација у трговини: 24 часа
- Продајне вештине и пословни бонтон: 18 часова

Сви исходи се реализују кроз двочас вежби (по групама). Неопходан приступ интернету.

При реализацији модула ,неопходно је да се наставник припреми да презентује ситуације, примере из домена рада ученика.

Избор метода и облика рада за сваки модул одређује наставник у зависности од наставних садржаја, способности и потреба ученика, материјалних и других услова.

Пре свега, користити активне облике наставе-интерактивна предавања (филм, презентације, искуства ученика, студијама случаја...), вербалне методе (метода усменог излагања и дијалогска метода), методе демонстрације, игре улога, симулације, текстуално-илустративне методе.

Предложени облици рада су фронтални, рад у групи, рад у пару, индивидуални рад. Такође, препорука је примена пројектне наставе, а неке од тема могу бити: симулација и демонстрација вештина комуникације, решавања конфликта и слично. Ученици у виду пројекта, могу самостално, или у пару представљати продајне вештине - задаци се могу поделити на основу избора различитих типова потрошача, или уз инструкције наставника.

Инсистирати на развоју вештина потребних за тимски рад кроз игру улога и вежбање вештина.

Код другог модула акценат је на практичним вештинама технике куцања и оспособљавање ученика за састављање и обликовање пословних писама као најмасовнијег облика писаног пословног комуницирања. Ослањати се на знања и вештине које су ученици стекли из рачунарства и информатике.

Користити специјализоване програме за технику слепог куцања;

Користити Notepad или одговарајуће софтвере за слепо куцање: SpeedKing, Typing MasterPro и сл.

Код трећег модула кроз игре улога, студије случаја и примере ситуација из живота (часови вежби) ученици уз инструкције наставника планирају и припремају продајни разговор, покушавају да прилагоде продајни наступ различитом типу потрошача. Ослањати се на предмет Основе трговине.

Ученике упознати са општеприхваћеним правилима понашања (пословни бонтон); како се примењује и негују пословна етика, и како да одржава коректне односе са потрошачима, клијентима и запосленима у компанији, што такође могу применити и додатно увежбавати и у реалним условима применити уз инструкције наставника/ ментора и инструктора на практичној настави, односно учењу кроз рад.

6. УПУТСТВО ЗА ФОРМАТИВНО И СУМАТИВНО ОЦЕЊИВАЊЕ УЧЕНИКА

У настави оријентисаној ка достизању исхода прате се и вреднују процес наставе и учења, постигнућа ученика (продукти учења) и сопствени рад.

Наставник треба континуирано да прати напредак ученика, који се огледа у начину на који ученици учествују у раду, како развијају знања и вештине неопходне за добру пословну комуникацију, прикупљају податке, како аргументују, евалуирају, документују итд.

Да би вредновање било објективно и у функцији учења, потребно је ускладити нивое исхода и начине оцењивања.

Сумативно оцењивање је вредновање постигнућа ученика на крају сваког реализованог модула. Сумативне оцене се добијају из тестова знања и тестова практичних вештина, домаћих задатака, усменог испитивања, самосталних или групних радова ученика, презентација уз поштовање остварености исхода.

У формативном вредновању наставник би требало да промовише групни дијалог, да користи питања да би генерисао податке из ђачких идеја, али и да помогне развој ђачких идеја, даје ученицима повратне информације, а повратне информације добијене од ученика користи да прилагоди подучавање, охрабрује ученике да оцењују квалитет свог рада. Избор инструмента за формативно вредновање зависи од врсте активности која се вреднује. Када је у питању нпр. практичан рад (тимски рад, игра улога, слично) може се применити чек листа у којој су приказани нивои постигнућа ученика са показатељима испуњености, а наставник треба да означи показатељ који одговара понашању ученика.