Студијски програм: Текстилно инжењерство

Назив предмета: ОІ0019 Пословне комуникације

Наставник: спец. Ивана Николић

Статус предмета: Изборни

Број ЕСПБ: 7

Услов: Нема

Циљ предмета

Да се студенти упознају: са основама комуницирања како би успешније решавали проблеме у функционисању привредних организација; са основним елементима примене теорије информација, облицима, елементима и каналима пословног комуницирања; писменим пословним комуницирањем као и пословном културом комуникација, затим медијима и ефектима комуницирања. Такође се упознају са менаџментом масовних медија, електронских медија и е-бизнисом. Упознавање са правним аспектима пословања на интернету.

Исход предмета

Изучавањем наставног предмета пословне комуникације студенти стичу знања која им омогућавају укључивање у рад привредних организација. Стечена знања могу примењивати у свакодневном комуницирању унутар и ван организације. Облици, канали, средства, менаџмент, медији, интернет, е-бизнис као и ефекти комуницирања им помажу у подизању пословне културе комуницирања. Такође, стечена знања користе у употреби различитих медија комуникација и правног аспекта пословања на интернету.

Садржај предмета

Теоријска настава

Предмет комуникологије. Настанак и развој првобитних облика комуникација и средстава за комуникацију. Генеза средстава за масовну комуникацију. Основни елементи комуникационог процеса. Облици комуницирања. Канали комуницирања. Значај комуникације у послу. Вербална комуникација. Невербална комуникација. Организациона култура. Медији масовног комуницирања-штампани. Медији масовног комуницирања – радио, ТВ и интернет. Појам и основне функције менаџмента. Менаџмент медија и штампаних медија. Менаџмент електронских медија.

Практична настава

Предмет комуникологије. Настанак и развој првобитних облика комуникација и средстава за комуникацију. Генеза средстава за масовну комуникацију. Основни елементи комуникационог процеса. Облици комуницирања. Канали комуницирања. Значај комуникације у послу. Вербална комуникација. Невербална комуникација. Организациона култура. Медији масовног комуницирања-штампани. Медији масовног комуницирања – радио, ТВ и интернет. Појам и основне функције менаџмента. Менаџмент медија и штампаних медија. Менаџмент електронских медија.

Литература

1. Цветковић Љ. (2008). *Пословно комуницирање*. Ниш: „МБ Графика“.
2. Крстић-Станковић М. (2011). *Интерперсоналне пословне комуникације.* Београд: ФОН.
3. Вуковић М. (2006). *Култура комуникације.* Бор: Технички факултет у Бору, Универзитет у Београду.
4. Милутиновић М. (2012). *Пословне комуникације*. Ниш: Универзитет Едуконс.

Број часова активне наставе: 5	**Теоријска настава:** 3	**Практична настава:** 2

Методе извођења наставе

Аудиторан, показни, вербални.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	10	усмени испт	50
колоквијум-и	30		
семинар-и	5		