



# 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 У ТУРИЗМУ				
Студијски програм/и (модул)	Туризам				
Година студија	трећа	Семестар	шести	ЕСПБ	8
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 <a href="mailto:radomir.stojanovic@vpts.edu.rs">radomir.stojanovic@vpts.edu.rs</a>
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Др Ивана Бојовић (вежбе), Професор струковних студија, Четвртак 12,00-14,00 <a href="mailto:ivana.bojovic33@gmail.com">ivana.bojovic33@gmail.com</a>

Циљеви предмета
Да се студенти упознају са основним карактеристикама, особинама и природом пословног комуницирања у туристичкој делатности и његовим различитим реализацијама, те да савладају и усвоје основне технике и вештине комуницирања у домаћем и међународном пословном окружењу са посебним акцентом на специфичности пословног комуницирања у савременом туризму.

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, аудиторијум, 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 туристичком тржишту; истраживање и анализа позитивних и негативних пракси пословне комуникације у туристичкој делатности; примена метода и вештина писане, усмене и невербалне комуникације у туризму; истраживање за креирање промотивне стратегије и предлог појединачних тактика у туризму (у пословању туристичких агенција, у</p>

угоститељству, у раду туристичких организација...).

Кроз вежбе у малим групама развијање основних способности које омогућују ефикасну и ефективну пословну комуникацију у сектору туризма. Кроз тимски рад студената вршиће се симулација пословног преговарања, као и комуникација у конфликтним ситуацијама карактеристичним за пословање носилаца туристичке понуде.

План и распоред извођења наставе	
Наст. недеља	НАЗИВ НАСТАВНЕ ЈЕДИНИЦЕ
<b>Предавања</b>	
1	<b>Опште поставке о комуницирању</b> -појам, дефиниције, значај, облици комуницирања (по више критеријума); ћутање као вид комуницирања (манипулација тишином)
2	<b>Елементи процеса комуницирања</b> -извор (пошиљалац поруке), порука (појам, релевантност поруке, редувантност поруке), кодирање (шифрирање поруке)
3	Канали комуницирања, примаоц поруке, дешифровање (декодирање) поруке, шумови у процесу комуницирања (врсте, место настанка, последице), повратна реакција примаоца; <b>концепт јавности</b> (маса, публика, аудиторијум, јавност, интернајавност)
4	Комуницирање у пословне сврхе (појам, подела, општа правила), <b>интерно пословно комуницирање</b> (формално, неформално; врсте, значај, могући проблеми)
5	Пословна кореспонденција- <b>пословно писмо</b> (појам, елементи, организација информације, садржај, врсте, најчешће грешке), <b>пословни мејл</b> (појам, специфичности); видео конференција, телефонска комуникација
6	<b>Пословни састанак</b> (фазе, иницирање, припрема, отварање, вођење, дискусија, закључци); <b>међународно пословно комуницирање</b> (специфичности, невербални аспект-телесни покрети, облачење, лични простор, поимање времена), могући проблеми у међународној комуникацији)
7	<b>Инструменти комуникационог микса у туризму</b> -редослед употребе, оптимална комбинација; пропаганда (појам, врсте, буџет, учесници; графичка и огласна пропагандна средства)
8	<b>Туристичка пропаганда</b> (наставак)-пројекциона, просторно пластична и интерактивна средства)
9	<b>Унапређење продаје у туризму</b> као инструмент комуникационог микса (појам, значај, предности и недостаци, деловање, врсте-усмереност на потрошаче, канале продаје и сопствено особље)
10	<b>Односи с јавношћу у туризму</b> (појам, врсте, организација ПР службе, прес клипинг, њуз летер); <b>публицитет</b> (појам, значај, деловање, сличности и разлике са односима с јавношћу)
11	<b>Лична продаја у туризму</b> (појам, значај, показатељи успешности); <b>спонзорство</b> (појам, елементи, индикатори познатости); <b>директни маркетинг у туризму</b> (појам, значај, медији, облици), <b>промоција “од уста до уста” у туризму</b> (појам, значај, ефекти)
12	<b>Пословно преговарање</b> (појам, елементи преговарачког процеса, врсте преговора; Харвардски модел преговарања-елементи и фазе)
13	<b>Основни концепти преговарања</b> (БАТНА, ЗОПА, највиша/најнижа прихватљива цена...)
14	Фазе <b>преговарачког процеса</b> , преговарачки тим, преговарачке стратегије, препреке у преговарачком процесу карактеристичним за савремени туризам
15	<b>Кризно комуницирање у туризму</b> -кључни појмови (ризик, криза, кризни менаџмент), фазе у кризном комуницирању, стратегије, најчешће грешке у комуницирању током кризе
<b>Вежбе</b>	
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 у туризму- вежбе
5	Примена метода и вештина писане, усмене и невербалне комуникације карактеристичним за савремени туризам

6	Активно слушање вежбе
7	Симулација пословног састанка, анализа специфичних аспеката пословних ситуација у савременом туризму
8	Пословни бонтон - вежбе
9	Истраживање за креирање промотивне стратегије и предлог појединачних тактика у туризму
10	Истраживање за креирање промотивне стратегије и предлог појединачних тактика у туризму
11	Лична продаја - елементи, индикатори познатости, облици директног маркетинга, ефекти промоције „од уста до уста“ у туристичкој делатности
12	Комуникацијски стилови Асертивна комуникација вежбе
13	Кроз тимски рад студената вршиће се симулација пословног преговарања, као и комуникација у конфликтним ситуацијама карактеристичним за туристичку делатност
14	Кроз тимски рад студената вршиће се симулација пословног преговарања, као и комуникација у конфликтним ситуацијама карактеристичним за туристичку делатност
15	Кризно комуницирање у туризму- 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: <i>Пословно комуницирање и преговарање</i> , Универзитет Сингидунум, Београд, 2017
- Костић-Станковић М, Филиповић В, Властелица Т: <i>Односи с јавношћу</i> , ФОН, Београд, 2020
- С. М. Lehman, D. DuFrene: <i>Пословна комуникација</i> , Дата статус, Београд, 2015.
- Р. Стојановић: <i>Промоција нових туристичких дестинација</i> , докторска дисертација одбрањена на Департману за туризам ПМФ Универзитета у Новом Саду, 2016
- Stuart Tabs: <i>Комуникација – принципи и контекст</i> . Сlio, Београд, 2012.
- <i>Инструменти за комуникацију у условима кризе у туризму</i> , Министарство економике и регионалног развоја, Београд, 2012

Ужице, 18.01.2022. године

Др Радомир Стојановић  
Др Ивана Бојовић