

Студијски програм : Менаџмент технологије хране и гастрономије			
Назив предмета: Пословне комуникације			
Наставник: др Мира Р. Аврамовић проф.			
Статус предмета: изборни предмет			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема услова			
Циљ предмета Циљ предмета је упознавање студента са појмом пословних комуникација, њиховом улогом и значајем, тржишним комуницирањем, концептом интегрисаних маркетинг комуникација, инструментима масовног комуницирања и етиком у пословним комуникацијама.			
Исход предмета Након успешно савладаног предмета студент ће бити у стању да, схвати улогу и значај пословних комуникација у функционисању организације, дефинише и реализује стратегију тржишног комуницирања предузећа са околином, примени инструменте пословних комуникација, схвати значај концепта интегрисаних маркетинг комуникација, комбиновање традиционалних и савремених облика комуницирања као основу за успешно управљање организацијом, примени етику у пословним комуникацијама предузећа.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Стратегија комуницирања предузећа са окружењем; Интерне пословне комуникације; Стратегија комуницирања предузећа са међународним окружењем; Промоционе стратегије; Комуникациони микс предузећа; Привредна пропаганда као инструмент пословних комуникација; Односи с јавношћу као инструмент пословних комуникација; Унапређење продаје као инструмент пословних комуникација; Директни маркетинг као инструмент пословних комуникација; Интернет као инструмент пословних комуникација; Лична продаја ко инструмент пословних комуникација; Нове тенденције у личној продаји као инструмента пословних комуникација; Комуникативна способност инструмената маркетинг микса; Концепт интегрисаних маркетинг комуникација; Етика у пословним комуникацијама <i>Практична настава</i> Развој процеса комуницирања; Облици процеса комуницирања; Анализа интерне и екстерне средине, избор стратегије тржишног комуницирања; Case Study: NIKE i TITLEIST, Febreze, PEPSI, Mercedes-Benz, Eli Lilly, Pfizer, PHOTO PORST, YAHOO, Alfa-plam, British Petroleum, American Cyanamid, Pioneer, Benetton, Volkswagen, Stern			
Литература <ul style="list-style-type: none"> • Станковић Љ., Аврамовић М., <i>Пословно комуницирање</i>, Економски факултет, Ниш, 2006. • Аврамовић М., <i>Збирка случајева из маркетинг комуницирања</i>, Виша економска школа, Лесковац, 2006. 			
Број часова	активне наставе	Теоријска настава: 30	Практична настава: 30
Методe извођења наставе Предавања; вежбе, презентација примера из пословне праксе, студије случаја, израда и презентација семинарских радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испит	45
колоквијум	30	
семинар-и	15		