

Табела 5.2. Спецификација предмета
 Спецификацију треба дати за сваки предмет из студијског програма.

Студијски програм : МЕНАЏМЕНТ У САВРЕМЕНОМ БИЗНИСУ		
Назив предмета: ПОСЛОВНО ПРЕГОВАРАЊЕ		
Наставник/наставници: Арсенијевић Васо		
Статус предмета: Обавезан		
Број ЕСПБ: 8		
Услов:		
Циљ предмета Циљ наставног предмета је да пружи основна и систематизована теоријска знања из вештине преговарања и примене у пракси. Студенти се упознају са моделима, процесима, тактикама и стратегијама у пословном преговарању.		
Исход предмета Стицање основних теоријских и практичних знања из области пословног преговарања. Стицање практичних вештина за примену различитих стратегија у процесима преговарања.		
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> 1. Појам и значај преговарања 2. Полазиште и главни циљеви пословног преговарања 3. Модели преговарања 4. Дистрибутивно и интегративно преговарање 5. Процес преговарања–дефинисање проблема, одабир стратегије и планирање 6. Четири кључна концепта преговарања 7. Стратегије и тактике пословног преговарања у моделу позиционирања 8. Стратегије и тактике пословног преговарања у интегрисаном моделу преговарања 9. Припрема за пословно преговарање 10. Започињање, вођење, завршетак преговора и закључење споразума 11. Праћење и извршење уговореног 12. Психолошки субпроцеси у преговарању (перцепције, емоције и у преговарању); 13. Социолошки субпроцеси у преговарању (стицање и употреба моћи, преговарачки утицај) 14. Вештине преговарања и контекст преговарања 15. Етика и култура у пословном преговарању <i>Практична настава</i> Одржава се кроз тимски рад и рад у малим групама првенствено кроз интерактиван однос и симулацију различитих преговарачких ситуација и позиција.		
Литература 1. Arsenović, V., & Арсеновић, В. (2016). Formulisanje strategije preduzeća (стр. IX, 189). Nezavisni univerzitet Banja Luka 2. Глигоријевић, М., Огњанов, Г., Пословно преговарање, Економски факултет, Београд, 2011. 3. Глигоријевић, М., Пословни маркетинг, Економски факултет, Београд, 2019. 4. Вељковић, С., Хронеос-Красавац, Б., Директни маркетинг, Економски факултет, Београд, 2015.		
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 4	Практична настава: 3
Методе извођења наставе - <i>Облици наставе:</i> (1) предавање, (2) вежбе, (3) консултације- <i>Начин провере знања:</i> (1) писмени – колоквијални испит, (2) усмени испит, (3) провера знања на вежбама, (4) оцена семинарског рада- <i>Обавеза студената:</i> (1) присуствовање предавањима и вежбама, и (2) израда семинарског рада		

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испт	40
колоквијум-и	40		
семинар-и	10		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			