B: IZBORNI STRUČNI PREDMETI

POSLOVNI ENGLESKI JEZIK

Treći razred

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv predmeta: | POSLOVNI ENGLESKI JEZIK |
| Godišnji fond časova: | 70 |
| Razred: | treći |

Cilj predmeta:

1. Usvajanje znanja iz stranog jezika i jačanje samopouzdanja kod učenika da u usmenoj i pisanoj komunikaciji koristi jezik i da se kompetentno i samosvesno sporazumeva sa ljudima iz drugih zemalja.  
2. Osposobljavanje učenika da upozna jezik struke u onolikoj meri koja mu omogućava da koristi strani jezik radi vođenja poslovne komunikacije, praćenja novina u struci i širenju poslovnih veza

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **CILJ** | **ISHODI NA KRAJU TREĆEG RAZREDA** Učenik će biti u stanju da: | **PREPORUČENE STRUČNE TEME** | **KOMUNIKATIVNE FUNKCIJE** | **NAČIN OSTVARIVANJA PROGRAMA** |
| SLUŠANJE  Osposobljavanje učenika za razumevanje usmenog govora | • razume osnovne poruke i zahteve iskazane jasnim standardnim jezikom kada je reč o bliskim stručnim temama • razume globalno suštinu nešto dužih razgovora ili diskusija na sastancima, koji se odnose na manje složene sadržaje iz struke, ukoliko se govori razgovetno standardnim jezikom, postavlja pitanja i traži objašnjenja u vezi sa temom diskusije/razgovora | TEME  (Ove teme proizilaze iz opisa standarda zanimanja i one se obrađuju tokom četvorogodišnjeg obrazovanja uzimajući u obzir program stručnih predmeta radi korelacije sa tematikom iz stranog jezika)  • Osnovna terminologija koja se odnosi na poslove iz domena opštih, pravnih i kadrovskih poslova i poslova nabavke i prodaje • Primena informacionih tehnologija u domenu struke • Vođenje evidencije i dokumentacije u administraciji • Praćenje novina u oblasti međunarodnih pravno-administrativnih poslova  • Primene međunarodnih standarda i zakonske regulative • Osnove poslovne komunikacije i korespodencije (poslovna prepiska i komunikacija u pisanoj i usmenoj formi)  UŽE STRUČNA TEMATIKA  • Načini pregovaranja • Istraživanje tržišta • Inovacije u poslu • Konkurencija  • Prodaja na veliko i na malo  Napomena: Jezički sadržaji su identični kao i za opšte-obrazovni predmet STRANI JEZIK | 1. Predstavljanje sebe i drugih 2. Pozdravljanje (sastajanje, rastanak; formalno, neformalno, specifično po regionima) 3. Identifikacija i imenovanje osoba, objekata, boja, brojeva itd.) 4. Davanje jednostavnih uputstava i komandi 5. Izražavanje molbi i zahvalnosti 6. Izražavanje izvinjenja 7. Izražavanje potvrde i negiranje 8. Izražavanje dopadanja i nedopadanja 9. Izražavanje fizičkih senzacija i potreba 10. Iskazivanje prostornih i vremenskih odnosa 11. Davanje i traženje informacija i obaveštenja 12. Opisivanje i upoređivanje lica i predmeta 13. Izricanje zabrane i reagovanje na zabranu 14. Izražavanje pripadanja i posedovanja 15. Skretanje pažnje 16. Traženje mišljenja i izražavanje slaganja i neslaganja 17. Traženje i davanje dozvole 18. Iskazivanje čestitki 19. Iskazivanje preporuke 20. Izražavanje hitnosti i obaveznosti 21. Iskazivanje sumnje i nesigurnosti | NAČIN OSTVARIVANJA PROGRAMA  Komunikativna nastava stranih jezika podrazumeva poimanje jezika kao sredstva komunikacije; insistira na upotrebi ciljnog jezika u učionici u dobro osmišljenim kontekstima od interesa za učenike; pretpostavlja primenu tzv. Teacher talk, odn. prilagođavanje govorne delatnosti nastavnika interesovanjima i znanjima učenika; insistira na komunikativnom aspektu upotrebe jezika, odn. na značenju jezičke poruke, a ne toliko na gramatičnoj preciznosti iskaza; pretpostavlja da se znanja učenika mere precizno definisanim relativnim, a ne toliko apsolutnim kriterijumima tačnosti.  Jedan od ključnih elemenata komunikativne nastave je i socijalna interakcija kroz rad u učionici. Ona se bazira na grupnom ili individualnom rešavanju problema, potrazi za informacijama i manje ili više kompleksnim zadacima. U tim zadacima uvek su jasno određeni kontekst, procedura i cilj, čime se unapređuje kvantitet jezičkog materijala koji je neophodan uslov za bilo koje učenje jezika.  Takozvana komunikativno-interaktivna paradigma u nastavi stranih jezika, između ostalog, uključuje i sledeće komponente:  • usvajanje jezičkog sadržaja kroz ciljano i osmišljeno učestvovanje u društvenom činu  • poimanje nastavnog programa kao dinamične, zajednički pripremljene i ažurirane liste zadataka i aktivnosti • nastavnik je tu da omogući pristup prihvatanje novih ideja • učenici se tretiraju kao odgovorni, kreativni, aktivni učesnici u društvenom činu  • udžbenici su samo jedan od resursa; osim njih preporučuje se i primena drugih izvora informacija i didaktičkih • materijala, pogotovu kad je reč o stručnim temama • učionica postaje prostor koji je moguće restrukturirati iz dana u dan  Važan cilj u učenju stranog jezika u srednjim stručnim školama je ovladavanje jezikom struke, i to u onolikoj meri koja je neophodna da se jezik koristi radi informisanosti i osposobljenosti za jednostavnu komunikaciju u usmenom i pisanom obliku na stranom jeziku. Taj segment nastave stranog jezika koji se progresivno uvećava od 20 do 50% tokom četvorogodišnjeg obrazovanja mora da bude jasno definisan i u skladu sa ishodima vezanim za kvalifikacije struke.  Neophodno je da stručna tematika koja se obrađuje na stranom jeziku prati ishode pojedinih stručnih predmeta i bude u korelaciji sa njima.  Realizacija nastave jezika struke se mnogo više ogleda u razvijanju receptivnih veština nego produktivnih jer je svrha učenja stranog jezika, u prvoj liniji, usmerena na to da se učenici osposobe da prate određenu stručnu literaturu u cilju informisanja, praćenja inovacija i dostignuća u oblasti struke, usavršavanja i napredovanja.  Stoga je spektar tekstova koji se preporučuju veliki: šematski prikazi, uputstva o primeni aparata, instrumenata ili pak materijala, hemikalija, recepti, deklaracije, kraći stručni tekstovi čiji je sadržaj relevantan za tematske sadržaje stručnih predmeta, izveštaji, katalozi, programi sajamskih aktivnosti i sl. Veoma je bitno u radu sa takvim tekstovima odrediti dobru didaktičku podršku. Dobro osmišljeni nalozi upućuju na to da određene tekstove, u zavisnosti od težine i važnosti informacija koje oni nose, treba razumeti globalno, selektivno ili pak detaljno. Produktivne veštine treba ograničiti na strogo funkcionalnu primenu realnu za zahteve struke. To podrazumeva pisanje kratkih poruka, mejlova u okviru poslovne komunikacije, popunjavanje formulara, računa i dr. administrativnih papira (porudžbenice, reklamacije, zahtevi, molbe) i vođenje usmene komunikacije koja omogućava sporazumevanje na osnovnom nivou bilo u direktnom kontaktu sa sagovornikom ili u telefonskom razgovoru. |
| ČITANJE  Osposobljavanje učenika za razumevanje pročitanih tekstova | • razume tekstove bliske struci (standardna pisma, informacije o procesu rada u struci) koji su pisani običnim jezikom ili jezikom struke • razume osnovni sadržaj kao i važnije detalje u izveštajima, brošurama i ugovorima vezanim za struku |
| GOVOR  Osposobljavanje učenika za kratko monološko izlaganje na stranom jeziku | • jednostavnim sredstvima opiše status i obrazovanje, buduće zaposlenje • opiše delatnost, firmu, proces rada ili pak prepriča telefonski razgovor ili odluke nekog dogovora u okviru poznate leksike • obrazloži kraće svoje namere, odluke, postupke |
| PISANJE  Osposobljavanje učenika za pisanje kraćih tekstova različitog sadržaja | • popunjava račune, priznanice i hartije od vrednosti • napiše poslovno pismo prema određenom modelu različite sadržine • opiše i pojasni sadržaj shema i grafikona vezanih za struku |
| INTERAKCIJA  Osposobljavanje učenika za učešće u dijalogu na stranom jeziku i razmenu kraćih pisanih poruka | • povede, nastavi i završi neki jednostavan razgovor, pod uslovom da je lice u lice sa sagovornikom • bude shvaćen u razmeni ideja i informacija o bliskim temama u predvidljivim, svakodnevnim situacijama na poslu |
| MEDIJACIJA  Osposobljavanje učenika da prevodi, sažima i prepričava sadržaj kraćih usmenih i pisanih tekstova | • sažima sadržaj teksta, filma, razgovara i sl. |
| MEDIJSKA PISMENOST  Osposobljavanje učenika da koriste medije kao izvore informacija i razvijaju kritičko mišljenje u vezi sa njima | • identifikuje različita gledišta o istoj temi |
| ZNANJE O JEZIKU | • korektno upotrebljava jednostavne strukture koristeći zavisne rečenice |

ELEKTRONSKO POSLOVANJE

**1. OSTVARIVANJE OBRAZOVNO-VASPITNOG RADA - OBLICI I TRAJANJE**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RAZRED | NASTAVA | | | | PRAKSA | UKUPNO |
| Teorijska nastava | Vežbe | Praktična nastava | Nastava u bloku |
| III | 70 |  |  |  |  | 70 |

**2. CILJEVI PREDMETA**

• Osposobljavanje učenika za primenu računara u struci  
• Osposobljavanje učenika za izradu internet prezentacija  
• Osposobljavanje učenika za korišćenje elektronskog bankarstva  
• Osposobljavanje učenika za korišćenje elektronske trgovine   
• Osposobljavanje učenika za kreiranje publikacija  
• Osposobljavanje učenika za primenu novih tehnologija

**3. NAZIV I TRAJANJE MODULA**

Razred:   treći

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | NAZIV MODULA | Trajanje modula (časovi) | |
| T | V |
| 1. | Uvod u elektronsko poslovanje | 12 |  |
| 2. | Mreže i internet prezentacije | 16 |  |
| 3. | Elektronsko bankarstvo | 18 |  |
| 4. | Elektronska trgovina | 12 |  |
| 5. | Izrada publikacija | 12 |  |

4. CILJEVI, ISHODI, OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv modlula: | Uvod u elektronsko poslovanje |
| Trajanje modula: | 12 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Upoznavanje učenika sa osnovnim pojmovima elektronskog poslovanja | • objasni pojam digitalne ekonomije  • navede suštinske elemente digitalne ekonomije  • objasni značaj EDI • objasni pojam CRM • navede komponente CRM-a • objasni osnovne funkcijeelektronskog poslovanja • navede modele elektronskog poslovanja • objasni model V2V • objasni model V2S • objasni model S2S • objasni Internet u javnoj upravi • objasni koncept e-government-a • objasni telekomunikacioni koncept elektronskog poslovanja  • koristi zaštitu i mere bezbednosti u elektronskom poslovanju | • Pojam digitalne ekonomije i njeni suštinski elementi  • Oblici elektronskog poslovanja - EDI • CRM - pojam i komponente • Modeli elektronskog poslovanja  • B2B model elektronskog poslovanja • B2C model elektronskog poslovanja • Model S2S • Mobilno poslovanje • Telekomunikacioni kanali • Medijumii komunikacije • Protokoli i interfejsi- GIS i GPS • Internet u javnoj upravi i e-goverment • Zaštita informacionih sistema • Sigurnost u elektronskom poslovanju | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Mesto realizacije nastave** • Kabinetske vežbe se realizuju u kabinetima za računarstvo i informatiku  • kabinet za kancelarisjko poslovanje  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul realizovati kroz metode aktivne nastave pomoću sledećih metoda: - web quest (priprema nastavnog materijala u elektronkom obliku, najčešće html)  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv modlula: | Mreže i internet prezentacije |
| Trajanje modula: | 16 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za izradu internet prezentacija i značaj računarskih mreža | • objasni pojam računarske mreže • navede vrste mreža u odnosu na kriterijume  • objasni specifičnosti prezentacije na internetu • objasni pojam Web strane  • objasni pojam Web site, blog, rss, URL, Hiper tekst (HTML, XML, CSS...) • koristi alate za izradu Web prezentacije WYSIWYG i HTML editore  • koristi postupak pravljenja prezentacija  • izradi Web stranicu • poveže više Webstranica  • primeni osnovna znanja iz marketinga • dizajnira internet prezentaciju • izradi internet prezentaciju • postavi prezentaciju na internet | • Osnovni pojmovi računarskih mreža • INTRANET, EKSTRANET, LAN, WAN, WLAN, ETERNET ...i druge vrste mreža u odnosu na topologiju, veličinu i tehnologiju prenosa podataka • Prezentacija na internetu i njene specifičnosti • Web strana • Web site, blog, rss, URL • Hiper tekst (HTML, XML, CSS...) • Alati za izradu Web prezentacije WYSIWYG i HTML editori • Postupak pravljenja prezentacije • Rad sa tekstom • Rad sa slikama • Marketing pravila pri kreiranju internet prezentacije  • Povezivanje (linkovanje) Web strana • Prikazivanje Web prezentacije • Postavljanje Web prezentacije na server (FTP protokol i alati) | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Mesto realizacije nastave**  • kabinet računarstva i informatike  • kabinet za kancelarijsko poslovanje  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul realizovati kroz časove aktivne orijentisane nastave pomoću sledećih metoda: - "hot potatoes" - aplikativni program za izradu kvizova, testova, ukrštenica itd. - web quest (priprema nastavnog materijala u elektronkom obliku, najčešće html) - metod stanica - projekat  **Ocenjivanje**  Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak • test praktičnih veština |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv modlula: | Elektronsko bankarstvo |
| Trajanje modula: | 18 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za korišćenje elektronskog bankarstva | • objasni elemente i funkcije elektronskog bankarstva • navede sisteme elektronskog plaćanja preko Interneta • objasni pojam elektronskog novca  • objasni pojam elektronskog čeka  • objasni elektronski novac i elektronski ček • objasni značaj mobilnog telefona u elektronskom bankarstvu  • objasni značaj digitalnog potpisa  • objasni ulogu javnih i privatnih ključeva u elektronskom bankarstvu  • objasni ulogu digitalnog potpisa i sertifikata  • objasni značaj platnih kartica u elektronskom plaćanju  • navede vrste platnih kartica  • navede ulogu platnih kartica  • prema vrstama  • objasni ulogu mobilnog telefona u bankarstvu  • objasni značaj TV-a u elektronskom bankarstvu  • objasni ulogu računara u elektronskom bankarstvu  • objasni pojam Home Banking | • Elektronski platni promet i sistemi plaćanja • Sistemi elektronskog plaćanjapreko Interneta • Pojam i klasifikacija elektronskog plaćanja • Elektronski novac • Elektronski ček • Mobilni telefon u EP • Distribuiranost elektronskog bankarstva • ATM sistemi/bankomati • Pojam i značaj platnih kartica  • POS sistemi i fiskalne kase • Telefonsko bankarstvo • SMS bankarstvo • Mobilno bankarstvo • WAP bankarstvo • WEB TV • On-line PC bankarstvo • Internet bankarstvo • Home Banking | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Mesto realizacije nastave** • Kabinetske vežbe se realizuju u kabinetima za računovodstvo • Kabinet za kancelarisjko poslovanje  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul realizovati kroz časove aktivne nastave pomoću sledećih metoda: - "hot potatoes" - aplikativni program za izradu kvizova, testova, ukrštenica itd. - web quest (priprema nastavnog materijala u elektronkom obliku, najčešće html) - metod stanica  - projekat • U realizaciji nastave koristiti sadržaje stručnih predmeta • Preporučena literatura  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • aktivnost na času • domaći zadatak • pismeni zadatak  • test praktičnih veština |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv modlula: | Elektronska trgovina |
| Trajanje modula: | 12 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za poznavanje konceptualnog okvira e-trgovine, različitih modela i prednosti njihovog uvođenja | • definiše pojam elektronske trgovine • objasni elementeelektronske trgovine  • objasni funkcije elektronske trgovine • objasni značaj elektronskih komunikacionih tehnologija  • naruči robu i usluge elektronskim putem • kupuje u elektronskoj prodavnici • izvrši elektronske transakcije • objasni značaj primene metoda zaštite informacija | • Pojam i elementi elektronske trgovine  • Elektronske komunikacione tehnologije - Internet, Ekstranet, elektronska pošta, elektronske knjige, baze podataka i mobilni telefoni  • Elektronska prodavnica • Elektronska korpa  • Portali • Trgovina na Web-u  • IT za obradu transakcije • Zaštita tajnosti, integriteta i autentičnosti informacija  • Metodi šifrovanja i dešifrovanja, ključevi | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Mesto realizacije nastave** • Kabinet za računarstvo i informatiku ili kancelarisjko poslovanje  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul se realizuju kroz metode aktivno orijentisane nastave • Koristi računar za planiranje i evidenciju podataka • Davati primere i situacije iz prakse  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak • test praktičnih veština |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv modlula: | Izrada publikacija |
| Trajanje modula: | 12 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za kreiranje i izradu publikacija | • definiše pojam publikacija  • navede vrste publikacija  • objasni značaj publikacije • napravi jednostavnu publikaciju • pripremi publikaciju za štampu • štampa publikaciju • razlikuje štampane i elektronske publikacije • koristi napravljenu publikaciju | • Pojam, značaj i vrste publikacija • Uloga Zakona o izdavanju publikacija  • Kreiranje proste publikacije (pozivnica, rezime, vizit karta, flajer, katalog...) • rad sa tekstom u publikacijama • ubacivanje slika i oblika • formatiranje sadržaja publikacije • Kreiranje raznih publikacija za štampanje • Kreiranje publikacija za e-mail (newsletter...)  • Priprema za štampu i štampanje publikacije | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Mesto realizacije nastave** • Kabinet za kancelarijsko poslovanje • Kabinet za računarstvo i informatiku  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul realizovati kroz časove aktivne nastave pomoću sledećih metoda: - "hot potatoes" - aplikativni program za izradu kvizova, testova, ukrštenica itd. - web quest (priprema nastavnog materijala u elektronkom obliku, najčešće html) - metod stanica  - projekat • U realizaciji nastave koristiti sadržaje stručnih predmeta • Korišćenje paketa MS Office  • Preporučena literatura  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak • test praktičnih veština |

**5. KORELACIJA SA DRUGIM PREDMETIMA, ODNOSNO MODULIMA**

1. Kancelarijsko poslovanje  
2. Računarstvo i informatika  
3. Finansijsko računovodstvena obuka  
4. Poslovna ekonomija  
5. Računovodstvo

RAČUNOVODSTVO FINANSIJSKIH ORGANIZACIJA I BUDŽETSKIH KORISNIKA

1. OSTVARIVANJE OBRAZOVNO-VASPITNOG RADA - OBLICI I TRAJANJE

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RAZRED | NASTAVA | | | | PRAKSA | UKUPNO |
| Teorijska nastava | Vežbe | Praktična nastava | Nastava u bloku |
| IV | 62 |  |  |  |  | 62 |

2. CILJEVI PREDMETA

- Osposobljavanje učenika za evidenciju bankarskih poslova  
- Osposobljavanje učenika za evidenciju poslovanja osiguravajućih društava  
- Osposobljavanje učenika za evidenciju poslovanja budžetskih organizacija  
- Razvijanje svesti o povezanosti ekonomskih procesa i privrednih subjekata

**3. NAZIV I TRAJANJE MODULA**

|  |  |
| --- | --- |
| Razred: | četvrti |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | NAZIV MODULA | Trajanje modula (časovi) | |
| T | V |
| 1. | Računovodstvo banaka | 22 |  |
| 2. | Računovodstvo osiguravajućih društava | 20 |  |
| 3. | Budžetsko računovodstvo | 20 |  |

4. CILJEVI, ISHODI, OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA

|  |  |
| --- | --- |
| Naizv modlula: | **Računovodstvo banaka** |
| Trajanje modula: | **22 časa** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za evidenciju bankarskih poslova | • objasni specifičnosti knjigovodstva u bankama • razlikuje kontni okvir banaka od kontnog okvira za preduzeća  • tumači bilans stanja banaka • evidentira plasmane banke  • evidentira prihode banke • evidentira prikupljanje sredstava • evidentira rashode banaka • obračunava i evidentira rezultat poslovanja banke • tumači bilans uspeha banke | • Specifičnost knjigovodstva i poslovnih knjiga u bankama • Sadržaj kontnog okvira banke  • Bilans stanja banke • Bankarski poslovi plasiranja novčanih sredstava privredi i stanovništvu - kreditiranje privrede - kreditiranje stanovništva • Bankarski poslovi prikupljanja depozita i uloga na štednju - prikupljanje depozita i zaduživanje banke - ulozi na štednju • Poslovi platnog prometa • Rashodi i prihodi banaka • Obračun i evidencija rezultata banke  • Bilans uspeha banke | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Oblici nastave** Modul se realizuje kroz sledeće oblike nastave: • teorijska nastava (22 časa)  **Mesto realizacije nastave** • Teorijska nastava se realizuje u učionici  **Preporuke za realizaciju nastave** • Nastava se realizuje kao aktivno orijentisana nastava simulirajući realne situacije iz prakse ili iz života. • Obraditi primere, poslovne događaje u vezi sa pribavljanjem i snabdevanjem privrede i stanovništva potrebnim novčanim sredstvima, izvršenjem međusobnih plaćanja između učesnika u platnom prometu tako da učenici shvate rashode i prihode koji proizilaze po osnovu poslovanja banaka,  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak |

|  |  |
| --- | --- |
| Naizv modlula: | Računovodstvo osiguravajućih društava |
| Trajanje modula: | 20 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za evidenciju poslovanja osiguravajućih društava | • objasni specifičnosti poslova osiguravajućih društava • razlikuje kontni okvir osiguravajućih društava od kontnog okvira za preduzeća • tumači bilans stanja osiguravajućeg društva • evidentira potraživanja i prihode od premija životnih i neživotnih osiguranja i druge prihode • obračunava obaveza i rashoda od premija i druge rashode  • obračunava i evidentira rezultat poslovanja osiguravajućih društava • tumači bilans uspeha osiguravajućih društava | • Osnovna obeležja poslova osiguravajućih društava - osnovni prihodi osiguravajućih društava - osnovni rashodi osiguravajućih društava • Sadržaj kontnog okvira osiguravajućeg društva • Bilans stanja osiguravajućeg društva • Evidentira prihode u društvima za osiguranje - prihodi od premija životnih i neživotnih osiguranja - ostali prihodi • Evidencija rashode u društvima za osiguranje - rashodi od premija u društvima za osiguranje - ostali rashodi • Obračun i evidencija rezultata osiguravajućih društava • Bilans uspeha osiguravajućih društava | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Oblici nastave** Modul se realizuje kroz sledeće oblike nastave: • teorijska nastava (20 časova)  **Mesto realizacije nastave** • Teorijska nastava se realizuje u učionici  **Preporuke za realizaciju nastave** • Nastava se realizuje kao aktivno orijentisana nastava simulirajući realne situacije iz prakse ili iz života. • Obraditi primere, poslovne događaje u vezi sa poslovima životnog i neživotnog osiguranja od potencijalnog rizika sa ciljem ostvarivanja dobiti osiguravajućih društava, ali uz zadovoljenje potreba osiguranika  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak |

|  |  |
| --- | --- |
| Naizv modlula: | Budžetsko računovodstvo |
| Trajanje modula: | 20 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Osposobljavanje učenika za evidenciju poslovanja budžetskih organizacija | • objasni osnovna obeležja budžetskog računovodstva • razlikuje direktne i indirektne korisnike budžetskih sredstava • razlikuje kontni plan za budžetski sistem od kontnog okvira preduzeća • objasni bilans stanja korisnika budžetskih sredstava • razlikuje nefinansijsku i finansijsku imovinu budžetskih korisnika • evidentira nefinansijsku imovinu u stalnim sredstvima  • evidentira nefinansijsku imovinu u zalihama • evidentira novčana sredstva i potraživanja • evidentira obaveze budžetskih korisnika • evidentira tekuće rashode korisnika budžetskih sredstava • evidentira tekuće prihode korisnika budžetskih sredstava • objasni bilans prihoda i rashoda korisnika budžetskih sredstava | • Osnovna obeležja budžetskog računovodstva • trezor • institucije koje posluju po budžetskom sistemu • Direktni i indirektni korisnici budžetskih sredstava • Specifičnosti knjigovodstva i poslovnih knjiga budžetskih korisnika • Sadržaj kontnog plana za budžetski sistem • Bilans stanja budžetskih korisnika • Nefinansijska i finansijska imovina budžetskih korisnika • nefinansijska imovina u stalnim sredstvima • nefinansijska imovina u zalihama • novčana sredstva i potraživanja • Obaveze budžetskih korisnici • Tekući rashodi budžetskih korisnika • Tekući prihodi budžetskih korisnika • Bilans prihoda i rashoda korisnika budžetskih sredstava | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Oblici nastave** Modul se realizuje kroz sledeće oblike nastave: • teorijska nastava (20 časova)  **Mesto realizacije nastave** • Teorijska nastava se realizuje u učionici  **Preporuke za realizaciju nastave** • Nastava se realizuje kao aktivno orijentisana nastava simulirajući realne situacije iz prakse ili iz života. • Obraditi primere na osnovu poslovnih događaja indirektnog korisnika budžetskih sredstava (škole).  **Ocenjivanje** Vrednovanje ostvarenosti ishoda vršiti kroz: • praćenje ostvarenosti ishoda • testove znanja • aktivnost na času • domaći zadatak |

**5. KORELACIJA SA DRUGIM PREDMETIMA, ODNOSNO MODULIMA**- Računovodstvo  
- Finansijsko poslovanje  
- Principi ekonomije  
- Javne finansije  
- Revizija  
- Poslovna ekonomija

MARKETING

1. OSTVARIVANJE OBRAZOVNO-VASPITNOG RADA - OBLICI I TRAJANJE

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RAZRED | NASTAVA | | | | PRAKSA | UKUPNO |
| Teorijska nastava | Vežbe | Praktična nastava | Nastava u bloku |
| IV | 62 |  |  |  |  | 62 |

**2. CILJEVI PREDMETA:**• Sticanje znanja i razvijanje svesti o ulozi i značaju marketinga  
• Razumevanje osnovnih principa marketinškog nastupa i njihova upotreba kroz praktičnu primenu  
• Poznavanje osnovnih instrumenata marketinga i njihove uloge u marketinškom nastupu preduzeća   
• Osposobljavanje za samostalno organizovanje aktivnosti vezanih za promociju preduzeća  
• Razvijanje sposobnosti za samostalno prikupljanje i analiziranje informacija o tržištu i konkurenciji  
• Osposobljavanje za samostalno korišćenje interneta i stručne literature  
• Stvaranje ispravnog odnosa prema imidžu preduzeća  
• Razvijanje svesti o značaju upravljanja marketingom za uspešno poslovanje  
• Osposobljavanje učenika za uspostavljanje dobrih poslovnih odnosa sa javnošću i potrošačima

3. NAZIV I TRAJANJE MODULA PREDMETA

|  |  |
| --- | --- |
| razred: | četvrti |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | NAZIV MODULA | Trajanje modula (časovi) | |
| T | V |
| 1. | Osnovi marketinga | 42 |  |
| 2. | Upravljanje marketingom | 20 |  |

4. CILJEVI, ISHODI, OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA

|  |  |
| --- | --- |
| Razred: | **drugi** |
| Naziv modula: | Osnovi marketinga |
| Trajanje modula: | 42 časa |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CILJEVI MODULA** | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Sticanje znanja i razvijanje svesti o ulozi i značaju marketinga  • Razvijanje sposobnosti i ovladavanje veštinama marketing aktivnosti | • definiše pojam marketinga • objasni prirodu marketinga i njegov razvoj • definiše pojam tržišta • razlikuje vrste tržišta • objasni značaj segmentacije tržišta • razlikuje strategije marketinga • primeni odgovarajuću strategiju u konkretnom primeru • definiše konkurenciju • objasni značaj konkurencije • definiše pojam marketing istraživanja • razlikuje ciljeve marketing istraživanja • objasni elemente plana marketinga • objasni izvore podataka marketing istraživanja • razlikuje metode i tehnike marketing istraživanja • sastavi anketni list za ispitivanje potrošača • sprovede ispitivanje potrošača • sprovede posmatranjemanjeg segmenta tržišta u kratkom periodu  • objasni značaj istraživanja tržišta • objasni ulogu MIS-a • definiše pojam marketing miksa • navede elemente marketing miksa • definiše proizvod kao instrument marketinga • klasifikuje proizvode prema različitim kriterijumima • objasni marku, dizajn, stil, modu i hir kao karakteristike proizvoda • razlikuje stil, modu i hir na konkretnim primerima • definiše pojam životnog ciklusa proizvoda • objasni faze životnog ciklusa proizvoda • dovede u vezu fazu životnog ciklusa proizvoda sa primenom odgovarajućih marketinških aktivnosti • objašnjava značenje i proces razvoja novog proizvoda • razlikuje načine pozicioniranja proizvoda na tržištu  • definiše pojam i ulogu cene kao instrumenta marketinga • objasni načine diferenciranja cena • objasni pojam kanala distribucije • razlikuje specifičnosti kanala distribucije • razlikuje marketing strategije nastupa na tržištu • objasni ulogu promocije u marketing miksu • razlikuje oblike promocije • navede prednosti i nedostatke lične prodaje • navede prednosti i nedostatke unapređenja prodaje • navede prednosti i nedostatke publiciteta • navede vrste i ciljeve ekonomske propagande • razjasni efekte kombinovanja oblika promocije • navede motive tražnje i kupovine • objasni proces donošenja odluke o kupovini • razlikuje modele ponašanja potrošača • objasni pojam propagandne poruke • objasni proces kreiranja propagandne poruke • odredi sadržaj poruke prema željenom efektu • kreira jednostavnu propagandnu poruku  • razlikuje vrste medija • objasni kriterijume za izbor medija • razlikuje sredstva ekonomske propagande • kreira neko od sredstava ekonomske propagande | • Pojam i razvoj marketinga  • Pojam, podela i segmentacija tržišta • Strategije marketinga • Konkurencija na tržištu • Pojam, sadržaj i ciljevi istraživanja tržišta • Planiranje istraživanja tržišta • Izvori podataka  - primarni - sekundarni • Metode istraživanja tržišta  - istorijski metod  - metod posmatranja - metod ispitivanja • Uloga i značaj istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju • Marketing informacioni sistem  • Marketing miks • Proizvod kao instrument marketinga  - pojam - klasifikacija  - marka i dizajn proizvoda - životni ciklus proizvoda • Novi proizvod - pojam - razvoj - proces prihvatanja  • Pozicioniranje proizvoda • Cena kao instrument marketinga • Diferenciranje cena  • Kanali distribucije • Strategije distribucije • Promocija kao element marketing miksa • Oblici promocije - lična prodaja - unapređenje prodaje - ekonomska propaganda (pojam, ciljevi,.) - publicitet • Motivi tražnje i kupovine • Ponašanje potrošača • Propagandna poruka  • Mediji • Sredstva ekonomske propagande | Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Oblici rada** Modul se realizuje kroz sledeće oblike nastave: teorijska nastava (42 časa)  **Mesto realizacije nastave** - Učionica  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul se realizuje kroz aktivno orjentisanu nastavu, koristeći realne situacije iz prakse  • Preporučene metode: - Studija slučaja - Igra uloga  **Ocenjivanje** • Praćenje ostvarenosti ishoda • test • esej  • domaći zadatak • aktivnosti na času |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv modula: | Upravljanje marketingom |
| Trajanje modula: | 20 časova |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CILJEVI MODULA | **ISHODI MODULA** Po završetku modula učenik će biti u stanju da: | OBAVEZNI I PREPORUČENI SADRŽAJI MODULA | PREPORUČENE AKTIVNOSTI I NAČIN OSTVARIVANJA MODULA |
| • Razvijanje svesti o značaju upravljanja marketingom za uspešno poslovanje • Osposobljavanje učenika za uspostavljanje dobrih poslovnih odnosa sa javnošću i potrošačima | • definiše misiju preduzeća • navede kriterijume za utvrđivanje tržišne pozicije preduzeća • objasni pozicije i karakteristike pojedinih pozicija u SWOTmatrici  • izradi SWOT matricu konkretnog preduzeća • navede kriterijume za kreiranje Bostonske matrice • navede kategorije proizvoda koji se nalaze u matrici • objasni karakteristike svake kategorije proizvoda iz matrice • dovede u vezu fazu životnog ciklusa sa upravljanjem proizvodom • izabere cenu u skladu sa fazomživotnog ciklusa proizvoda ili usluge • objasni kriterijume za izbor najpovoljnijeg kanala prodaje • objasni kriterijume za kreiranje optimalnog promocionog miksa • oceni efikasnost medija na konkretnom primeru • objasni metode planiranja troškova ekonomske propagande • proceni prednosti pojedinih metoda planiranja troškova ekonomske propagande • navede efekte ekonomske propagande • objasni načine merenja efekata ekonomske propagande | • Misija preduzeća • Tržišna pozicija (SWOT matrica) • Upravljanje proizvodom - Bostonska matrica (rast tržišta / tržišno učešće) • Upravljanje cenom u funkciji životnog ciklusa proizvoda • Upravljanje kanalima prodaje  • Upravljanje promocijom  • Upravljanje troškovima ekonomske propagande • Kontrola i testiranje uspešnosti ekonomske propagande | • Na početku modula učenike upoznati sa ciljevima i ishodima nastave, odnosno učenja, planom rada i načinima ocenjivanja  **Oblici rada** Modul se realizuje kroz sledeće oblike nastave: teorijska nastava (22 časa)  **Mesto realizacije nastave** - Učionica  **Preporuke za realizaciju nastave** • Modul se realizuje kroz aktivno orjentisanu nastavu, koristeći realne situacije iz prakse  • Preporučene metode: - Studija slučaja - Igra uloga  **Ocenjivanje** • Praćenje ostvarenosti ishoda • test • esej  • domaći zadatak • aktivnosti na času |

**5. KORELACIJA SA DRUGIM PREDMETIMA, ODNOSNO MODULIMA**

1. Principi ekonomije  
2. Poslovna ekonomija  
3. Kancelarijsko poslovanje   
4. Finansijsko računovodstvena obuka   
5. Nacionalna ekonomija  
6. Preduzetništvo  
7. Poslovna informatika  
8. Elektronsko poslovanje