Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
KANTON SARAJEVO
Ministarstvo za odgoj i obrazovanje

Босна и Херцеговина
Федерација Босне и Херцеговине
КАНТОН САРАЈЕВО
Министарство за одгој и образовање

Bosnia and Herzegovina
Federation of Bosnia and Herzegovina
CANTON SARAJEVO
Ministry for Education

INSTITUT ZA RAZVOJ PREDUNIVERZITETSKOG OBRAZOVANJA
KANTON SARAJEVO, BOSNA I HERCEGOVINA

ИНСТИТУТ ЗА РАЗВОЈ ПРЕДУНИВЕРЗИТЕТСКОГ ОБРАЗОВАЊА
КАНТОН САРАЈЕВО, БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА

PRE-UNIVERSITY EDUCATION INSTITUTE OF SARAJEVO CANTON
BOSNIA AND HERZEGOVINA

AGENCIJSKO POSLOVANJE

Nastavni plan i program/predmetni kurikulum zasnovan na ishodima učenja

SADRŽAJ

PK1 – Opis predmeta 2
PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja 3
PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma 4
PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi 5
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1 5
PK5 – Učenje i podučavanje 10
PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu 11

Riječi i pojmovi koji imaju rodno značenje korišteni u ovom dokumentu odnose se jednako na muški i ženski rod, bez obzira jesu li korišteni u muškom ili ženskom rodu.

PK1 – Opis predmeta

Agencijsko poslovanje je nastavni predmet koji se izučava u srednjim školama s ciljem upoznavanja učenika s osnovama poslovanja agencija, njihovom organizacijom, načinom upravljanja, te različitim poslovnim funkcijama koje obavljaju. Ovaj nastavni predmet obuhvata širok spektar tema vezanih uz agencijske usluge, tržište, poslovne strategije i etičke aspekte poslovanja. Naglasak je na razvoju praktičnih vještina potrebnih za rad u agencijama, kao i na razvoju poduzetničkog duha i poslovnih kompetencija.

Nastavni predmet se podučava kako bi učenici stekli praktična i teorijska znanja o poslovima posredovanja i agencijskih usluga, razumjeli ulogu agencija u savremenom tržišnom okruženju, te razvili sposobnosti za samostalno obavljanje agencijskih poslova. Nastavni predmet doprinosi formiranju učenika kao kompetentnih i odgovornih budućih zaposlenika u sektoru usluga.

Učenici će steći znanja o svim segmentima rada, od kreiranja proizvoda do prodaje turističkih aranžmana i savladati osnovne tehnike u odnosima sa gostima na turističkom tržištu. Nastavni predmet pružit će učenicima cjelokupan uvid u posredništvo u turizmu, kao i u globalna kretanja na turističkom tržištu. Učenici će biti sposobni primijeniti komunikacijske i prezentacijske vještine na maternjem i stranom jeziku, kulturno se izražavati, biti sposobni organizovati, razumjeti te poduzimati radnje i aktivnosti na ostvarenju očekivanih poslovnih rezultata.

Vrijednosti koje će se razviti kod učenika kroz izučavanje nastavnog predmeta su: odgovornost i profesionalnost u radu, preciznost, urednost, organizovanost, komunikativnost i spremnost na saradnju, razumijevanje tržišne ekonomije i uloge uslužnog sektora u ekonomiji neke zemlje. Nastavni predmet se izučava u četvrtom razredu srednje škole za zanimanje hotelijersko-turistički tehničar.

PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja

Osnovni ciljevi poučavanja ovog nastavnog predmeta su:

- **Osposobljavanje učenika** za razumijevanje i primjenu osnovnih poslovnih principa u kontekstu agencijskog poslovanja.

- **Razvijanje kompetencije** u upravljanju poslovnim procesima, kao što su organizacija, marketing, finansije, ljudski resursi te etičke i zakonske obaveze.

- **Poticanje učenika na kreativno i analitičko razmišljanje** u rješavanju problema u poslovnim situacijama.

- **Razvijanje socijalne i interpersonalne vještine** kao što su timski rad, komunikacija, pregovaranje i liderstvo.

- **Pripremanje učenika za daljnje obrazovanje ili profesionalni rad** u agencijama, preduzećima i organizacijama.

PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma

1. Promet u turizmu

Ova oblast fokusira se na razumijevanje uloge prometa u konzumaciji turističkih proizvoda. Učenici će istraživati različite oblike prometa (kopneni, vodeni, avionski) i njihov uticaj na turističku industriju. Razvijanje znanja o prometnim tokovima i njihovoj povezanosti s turističkim destinacijama, omogućava učenicima da shvate kako izbor prevoza utiče na doživljaj i zadovoljstvo turista. Očekivani napredak učenika uključuje sposobnost analize i prepoznavanja faktora koji oblikuju turističko iskustvo kroz promet.

2. Funkcije i operacije turističkih agencija

Ova oblast obuhvata osnovna načela i funkcije turističkih agencija. Učenici će učiti o načinima na koje agencije usklađuju ponudu i potražnju u turizmu, kao i o alatima i instrumentima koje koriste u svom poslovanju. Razvijanje razumijevanja strukture i operacija turističkih agencija omogućava učenicima da prepoznaju njihovu ulogu u industriji. Očekivani napredak uključuje sticanje znanja o poslovnim modelima agencija i sposobnost jasnog objašnjenja njihove vrijednosti u turizmu.

3. Organizacija turističkih aranžmana

U ovoj oblasti učenici će sticati vještine potrebne za organizaciju i izvođenje turističkih aranžmana. Učeći kako planirati i realizovati aranžmane, učenici će razvijati sposobnosti timskog rada, komunikacije i rješavanja problema. Očekivani napredak uključuje sposobnost samostalnog organizovanja radnih procesa unutar turističke agencije, kreiranja turističkih paketa, sposobnost uspješnog predstavljanja turističkog proizvoda i pružanja kvalitetne usluge. Ova oblast pruža učenicima teoretsko znanje koje je neophodno za rad u turističkoj agenciji.

PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi

Srednje IV
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1

A. **PROMET U TURIZMU** Ishod učenja	Indikatori
A.1. Analizira ulogu prometa u turizmu i njegovu povezanost s informacionim tehnologijama.	A.1.a. Opisuje različite oblike prometa i njihov uticaj na turističke aranžmane. A.1.b. Istražuje kako informaciono-komunikaciona tehnologija (IKT) poboljšava efikasnost prometa u turizmu.

KLJUČNI SADRŽAJI

Turizam; promet; cestovni promet; zračni promet; željeznički promet; vodeni promet; IKT tehnologija.

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. **Mogućnosti efikasnog učenja i podučavanja – metodičke smjernice**

Sa učenicima se kroz diskusiju mogu analizirati konkretni primjeri kako određeni oblici prometa utiču na popularnost i cijenu turističkih aranžmana (npr. razvoj low-cost aviokompanija i njegov uticaj na cijene aranžmana za evropske destinacije). Također se može raspravljati o prednostima i nedostacima različitih oblika prometa na turizam. Na primjer, koja su ograničenja i prednosti korištenja vozova u turizmu u poređenju s avionskim prevozom.

Organizovati gostujuće predavače, stručnjake iz turističke industrije, kao što su menadžeri turističkih agencija ili organizatori putovanja, kako bi učenici dobili uvid u svakodnevne izazove i prilike vezane za promet. Učenici mogu izraditi prezentacije o uticaju prometa na turizam u odabranoj destinaciji (na primjer, uticaj zračnog prometa na turizam u Sarajevu).

Učenici mogu istraživati online platforme koje koriste turističke agencije za rezervaciju, promociju i prodaju aranžmana, kao što su Booking.com, TripAdvisor ili specijalizovane aplikacije za planiranje putovanja.

2. **Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetne korelacije**

Kroz integraciju s različitim oblastima, učenici mogu bolje razumjeti kako agencijsko poslovanje funkcioniše u široj ekonomskoj, pravnoj i društvenoj sferi.

1. Poslovno pravo: razumijevanje pravne regulative, obaveza i odgovornosti agencije i krajnjih korisnika, kao i pravnih posljedica nepoštovanja ugovornih obaveza, ključno je za pravilno obavljanje agencijskog posla.
2. Privredna matematka: zaposlenici turističkih agencija često izračunavaju provizije, rabate, kamate, popuste i drugo što zahtijeva znanje iz privredne matematike. Kalkulacije prodajnih cijena i zarade važni su za izradu ponuda, računa, i analize poslovne efikasnosti.
3. Engleski i Njemački jezik: strani jezici su ključni za rad u međunarodnom turizmu, korespondenciji i vođenju pregovora s inostranim partnerima.
4. Praktična nastava: stečena teorijska znanja učenici mogu koristiti na praktičnoj nastavi, također i praktična znanja stečena na praksi pomažu učenicima u boljem razumijevanju teorijskog znanja.

3. Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

- *Razvijanje komunikacijskih vještina:* kroz predmet agencijsko poslovanje, učenici mogu naučiti kako komunicirati jasno i efikasno, kako u pisanju (izrada aranžmana, izvještaja, prezentacija), tako i u govoru (pregovaranje, savjetovanje s klijentima, vođenje sastanaka).
- *Razvijanje kritičkog mišljenja:* agencijsko poslovanje zahtijeva sposobnost analiziranja tržišta, prepoznavanja potreba klijenata i izrade strategija koje su ekonomski opravdane. Učenici mogu raditi na rješavanju stvarnih poslovnih slučajeva, istraživati trendove u industriji i razvijati sposobnost donošenja odluka na osnovu analize podataka.
- *Razvijanje organizacijskih vještina i poduzetničkog duha:* kroz projektne zadatke učenici razvijaju odgovornost, sposobnosti timskog rada i vještine donošenja odluka u zahtjevnim situacijama. Agencijsko poslovanje često podrazumijeva poduzetnički pristup, osobito u privatnim agencijama koje moraju biti inovativne, prilagodljive i konkurentne.

B. **FUNKCIJE I OPERACIJE TURISTIČKIH AGENCIJA**	
Ishodi učenja	Indikatori
B.1. Objašnjava ključne pojmove vezane za turističko posredovanje i turističke agencije.	B.1.a. Navodi faktore koji su uticali na nastanak turističkih agencija. B.1.b. Navodi primjer turističkog posredovanja. B.1.c. Definiše turističku agenciju. B.1.d. Navodi predmet poslovanja turističke agencije. B.1.e Opisuje prvo organizovano turističko putovanje. B.1.f. Definiše turoperatora. B.1.g. Navodi usluge turističkih agencija.
B.2.Razlikuje turističke agencije na osnovu različitih kriterija.	B.2.a. Objašnjava funkcije turističkih agencija. B.2.b. Klasifikuje turističke agencije prema različitim kriterijima. B.2.c. Objašnjava vrste turističkih agencija prema vrsti usluge koju pruža. B.2.d. Objašnjava razlike između turoperatora i turističkih agencija.
B.3. Opisuje organizaciju i izvođenje turističkih aranžmana.	B.3.a. Objašnjava kako se planiraju i realizuju turistički aranžmani. B.3.b. Razvija vještine timskog rada i komunikacije kroz simulacije organizacije aranžmana. B.3.c. Identifikuje ključne usluge koje nude turističke agencije u okviru aranžmana. B.3.d.Navodi poslove osoblja turističke agencije s fokusom na turističke vodiče, turističke pratioce i turističke zastupnike. B.3.e. Opisuje poslove osoblja turističke agencije.

KLJUČNI SADRŽAJI

Turističko posredovanje; turistička agencija; turističko putovanje; turoperater; osoblje turističke agencije.

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. Mogućnosti efikasnog učenja i podučavanja – metodičke smjernice

Učenike treba usmjeriti na aktivno učenje, samostalno pronalaženje, sistematizovanje i korištenje informacija iz različitih izvora na zadatu temu i motivisati ih na timski rad. Nastava treba da bude aktivna, s uključivanjem svih učenika.

Nastavnici mogu koristiti vizuelna pomagala (slike, video-zapisi) da prikažu razvoj turističkih agencija, definicije i funkcije, što omogućava učenicima da dobiju bolju predstavu o temi.

Nakon prezentacije nove lekcije diskutovati s učenicima o temi što pomaže učenicima da razjasne nejasnoće i produbе svoje razumijevanje. Nastavnik postavlja konkretna pitanja vezana za pojam turističkog posredovanja, turističke agencije i njihove funkcije, a učenici odgovaraju na osnovu svojih prethodnih saznanja i nastave. Ovaj metod omogućava učenicima da kritički razmišljaju i bolje memorišu gradivo.

Učenici mogu istraživati određenu turističku destinaciju, agenciju ili funkciju, a zatim putem prezentacije izložiti rezultate istraživanja pred razredom.

Ako postoji mogućnost, terenska nastava može biti vrlo korisna za neposredno upoznavanje s radom turističkih agencija, turoperatora i različitih usluga koje oni pružaju. Ova nastava može uključivati sastanke s menadžerima turističkih agencija i turističkim vodičima.

2. Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Kroz integraciju s različitim oblastima, učenici mogu bolje razumjeti kako agencijsko poslovanje funkcioniše u široj ekonomskoj, pravnoj i društvenoj sferi.

1. Poslovno pravo: razumijevanje pravne regulative, obaveza i odgovornosti agencije i krajnjih korisnika, kao i pravnih posljedica nepoštovanja ugovornih obaveza, ključno je za pravilno obavljanje agencijskog posla.
2. Privredna matematika: zaposlenici turističkih agencija često izračunavaju provizije, rabate, kamate, popuste i drugo, što zahtijeva znanje iz privredne matematike. Kalkulacije prodajnih cijena i zarade važni su za izradu ponuda, računa, i analize poslovne efikasnosti.
3. Engleski i Njemački jezik: strani jezici su ključni za rad u međunarodnom turizmu, korespondenciji i vođenju pregovora s inostranim partnerima.
4. Praktična nastava: stečena teorijska znanja učenici mogu koristiti na praktičnoj nastavi, također i praktična znanja stečena na praksi pomažu učenicima u boljem razumijevanju teorijskog znanja.

3. Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

- **Kompetencija pismenosti** - upotreba stručne terminologije u usmenom i pisanom obliku pravilnim formulisanjem pojmova, činjenica i zakona iz oblasti posredničkih poslova u turističkoj agenciji, izražavanjem argumenata i kritičkog mišljenja na uvjerljiv način primjeren kontekstu.
- **Digitalna kompetencija** - korištenje informaciono-komunikacionih tehnologija radi pretrage, prikupljanja i upotrebe podataka iz oblasti turizma, hotelijerstva i ugostiteljstva, prepoznavanjem relevantnih stručnih tekstova i video-zapisa, upotreba softverskih alata za izradu turističkih aranžmana, poštovanjem pravila bezbjednosti i etike prilikom korištenja interneta i dr.
- **Lična i socijalna kompetencija** - razvijanje tehnika samostalnog učenja, kao i učenja u timu kroz vršnjačku edukaciju i diskusiju, izradu domaćih zadataka, prezentacija na zadatu temu, razvijanje sposobnosti izražavanja sopstvenog mišljenja učešćem u konstruktivnoj diskusiji s uvažavanjem drugačijih stavova, razvijanje tolerancije, kulture dijaloga i poštovanja tuđeg integriteta, u skladu s etičkim pravilima, razvijanje tehnika istraživanja, sistematizovanja i vrednovanja informacija u cilju nadogradnje prethodno stečenih znanja, kao i otkrivanja novih, razvijanje sposobnosti učenja na sopstvenim greškama kroz samoprocjenu i samoevaluaciju.
- **Kompetencija kulturološke svijesti i izražavanja** - razvijanje svijesti o značaju poznavanja i poštovanja lokalnih, nacionalnih, regionalnih, evropskih i globalnih kultura kroz povezivanje s primjerima iz oblasti posredničkih poslova u turističkoj agenciji, predstavljanje ideja putem različitih kulturoloških formi kao što su pisani, štampani ili digitalni tekst, film, dizajn i dr.

C. ORGANIZACIJA TURISTIČKIH ARANŽMANA	
Ishodi učenja	Indikatori C.1.a. Definiše i objašnjava turistički aranžman. C.1.b. Navodi razlike između turističkog aranžmana i izleta.

C.1. Objašnjava postupak kreiranja turističkog aranžmana.	C.1.c. Navodi razlike između turističkog aranžmana, izleta i specijalne ponude. C.1.d. Opisuje postupak kreiranja turističkog aranžmana, izleta i specijalne ponude. C.1.e. Navodi faktore koji određuju sadržaj turističkog aranžmana. C.1.f. Navodi faze kreiranja turističkog aranžmana.
C.2. Razlikuje vrste turističkih aranžmana.	C.2.a. Interpretira individualne, grupne, raspisane i naručene turističke aranžmane. C.2.b. Opisuje boravišne i akcijske turističke aranžmane. C.2.c. Navodi posebne vrste turističkih aranžmana. C.2.d. Interpretira IT aranžmane, incentive, studijske i kongresne aranžmane. C.2.e. Opisuje last minute aranžman.
C.3. Tumači odnos između turističkih agencija i njihovih poslovnih partnera.	C.3.a. Objašnjava povezivanje i saradnju turističkih agencija s drugim turisitčkim agencijama i organizatorima putovanja, organizatorima prijevoza i direktnim korisnicima. C.3.b. Opisuje načine prodaje aranžmana i izleta drugih turističkih agencija i organizatora putovanja.
C.4. Demonstrira rezervaciju i prodaju smještaja.	C.4.a. Navodi vrste ugovora između turističkih agencija i ugostiteljskih objekata za pružanje usluga smještaja, hrane i pića. C.4.b. Opisuje standardnu formu ugovora između turističke agencije i ugostiteljskih objekata za pružanje usluga smještaja, hrane i pića, na zadatom primjeru. C.4.c. Objašnjava elemente hotelskog vaučera kao poslovnog instrumenta. C.4.d. Objašnjava vrste osiguranja u agencijskom poslovanju - osiguranje od otkaza putovanja, osiguranje prtljaga, osiguranje u slučaju oboljenja ili povrede, osiguranje u slučaju lične odgovornosti i dr. C.4.e. Istražuje kako agencije koriste različite alate i metode za obradu plaćanja. C.4.f. Objašnjava različite vrste instrumenata plaćanja - npr. kreditne kartice, e-novčanici, gotovina.

KLJUČNI SADRŽAJI

Turistički aranžman; izlet; specijalna ponuda; individualni i grupni aranžman; raspisani i naručeni aranžman; boravišni i akcijski aranžman; IT aranžman; incentive aranžman; studijski aranžman; kongresni aranžman; last minute aranžman; instrumenti plaćanja.

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. **Mogućnosti efikasnog učenja i podučavanja – metodičke smjernice**

Učenike treba usmjeriti na aktivno učenje, samostalno pronalaženje, sistematizovanje i korištenje informacija iz različitih izvora na zadatu temu i motivisati ih na timski rad. Nastava treba da bude aktivna, s uključivanjem svih učenika. Diskusija može pomoći učenicima da bolje razumiju razlike između turističkog aranžmana, izleta, specijalne ponude, kao i drugih sličnih pojmova.

Otvorene diskusije potiču učenike na dublje razmišljanje. Kroz grupni rad, gdje svaka grupa istražuje specifičan aspekt (npr. vrste osiguranja u turizmu, različite vrste aranžmana) i prezentira svoja saznanja ostatku razreda, učenici mogu steći bolja znanja.
Učenici mogu istraživati različite vrste aranžmana (individualni, grupni, last-minute) i odrediti način na osnovu kojih se kreiraju. Također, mogu istraživati ulogu osiguranja u turizmu i analizu različitih načina plaćanja.
Kroz istraživanje web stranice turističkih agencija, platformi za rezervaciju smještaja i drugih online izvora i učenici mogu dobiti uvid u stvarni proces izrade i promocije turističkih aranžmana.
Na časove se mogu pozvati stručnjaci iz turističke industrije, poput organizatora putovanja, ugostitelja ili osiguravatelja, da učenicima predstave svoj rad i odgovore na konkretna pitanja. Ako je moguće, organizovati posjete turističkim agencijama ili ugostiteljskim objektima gdje učenici mogu vidjeti kako se upravlja aranžmanima i kako se primjenjuju teorijska saznanja u stvarnoj praksi.

Učenici mogu napraviti vlastite planove turističkih aranžmana za određene destinacije, uključujući smještaj, prijevoz i specijalne ponude, te simulirati cijeli proces prodaje.

2. Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Kroz integraciju s različitim oblastima, učenici mogu bolje razumjeti kako agencijsko poslovanje funkcioniše u široj ekonomskoj, pravnoj i društvenoj sferi.

1. Poslovno pravo: razumijevanje pravne regulative, obaveza i odgovornosti agencije i krajnjih korisnika, kao i pravnih posljedica nepoštovanja ugovornih obaveza, ključno je za pravilno obavljanje agencijskog posla.
2. Privredna matematika: zaposlenici turističkih agencija često izračunavaju provizije, rabate, kamate, popuste i drugo, što zahtijeva znanje iz privredne matematike. Kalkulacije prodajnih cijena i zarade važni su za izradu ponuda, računa i analize poslovne efikasnosti.
3. Engleski i Njemački jezik: strani jezici su ključni za rad u međunarodnom turizmu, korespondenciji i vođenju pregovora s inostranim partnerima.
4. Praktična nastava: stečena teorijska znanja učenici mogu koristiti na praktičnoj nastavi, također i praktična znanja stečena na praksi pomažu učenicima u boljem razumijevanju teorijskog znanja.

3. Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

- **Kompetencija pismenosti** - upotreba stručne terminologije u usmenom i pisanom obliku pravilnim formulisanjem pojmova, činjenica i zakona iz oblasti posredničkih poslova u turističkoj agenciji, izražavanjem argumenata i kritičkog mišljenja na uvjerljiv način, primjeren kontekstu.
- **Digitalna kompetencija** - korištenje informaciono-komunikacionih tehnologija radi pretrage, prikupljanja i upotrebe podataka iz oblasti turizma, hotelijerstva i ugostiteljstva, prepoznavanjem relevantnih stručnih tekstova i video-zapisa, upotreba softverskih alata za izradu turističkih aranžmana, poštovanjem pravila bezbjednosti i etike prilikom korištenja interneta i dr.
- **Lična i socijalna kompetencija** - razvijanje tehnika samostalnog učenja, kao i učenja u timu kroz vršnjačku edukaciju i diskusiju, izradu domaćih zadataka, prezentacija na zadatu temu, razvijanje sposobnosti izražavanja sopstvenog mišljenja učešćem u konstruktivnoj diskusiji s uvažavanjem drugačijih stavova, razvijanje tolerancije, kulture dijaloga i poštovanja tuđeg integriteta, u skladu s etičkim pravilima, razvijanje tehnika istraživanja, sistematizovanja i vrednovanja informacija u cilju nadogradnje prethodno stečenih znanja, kao i otkrivanja novih, razvijanje sposobnosti učenja na sopstvenim greškama kroz samoprocjenu i samoevaluaciju.
- **Kompetencija kulturološke svijesti i izražavanja** - razvijanje svijesti o značaju poznavanja i poštovanja lokalnih, nacionalnih, regionalnih, evropskih i globalnih kultura kroz povezivanje s primjerima iz oblasti posredničkih poslova u turističkoj agenciji, predstavljanje ideja putem različitih kulturoloških formi kao što su pisani, štampani ili digitalni tekst, film, dizajn i dr.

PK5 – Učenje i podučavanje

Podučavanje treba biti prilagođeno različitim nivoima sposobnosti učenika. Učenici s većim predznanjem mogu dobiti dodatne zadatke koji proširuju njihovo razumijevanje, dok učenici koji imaju poteškoće mogu dobiti podršku kroz ponavljanje osnovnih pojmova ili dodatnih vježbi. Povezivanje nastave sa stvarnim situacijama u poslovanju i agencijskom okruženju može pomoći učenicima da vide praktičnu vrijednost onoga što uče.

Aktivnosti, kao što su diskusije i grupni rad, omogućavaju učenicima da budu aktivno uključeni u proces učenja, čineći ga zanimljivijim i relevantnijim. Nastavnici treba da stvore atmosferu u kojoj učenici osjećaju sigurnost i slobodu da izraze svoje mišljenje bez straha od osude.

Da bi obezbijedili efikasno učenje mogu se koristiti sljedeće metode:

- Podijeliti učenike u grupe: grupni rad pomaže učenicima da razmjenjuju ideje i rješenja, što može poboljšati razumijevanje teme. Grupa može biti formirana prema različitim nivoima sposobnosti, interesima ili temama.
- Podsticanje samostalnog učenja: učenici treba da razvijaju sposobnost da samostalno istražuju i rješavaju probleme, uz uputstva i resurse koje im nastavnik daje.
- Uvođenje strukture u nastavu: postavljanje jasnih ciljeva, zadataka i rokova može pomoći učenicima da se bolje organizuju i usmjere svoju pažnju na specifične ciljeve u učenju.

Korištenje informacionih tehnologija može značajno unaprijediti iskustvo učenja kroz upotrebu video-materijala, prezentacija i drugih multimedijalnih resursa te učiniti nastavu zanimljivijom i lakšom za razumijevanje.

PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu

Vrednovanje u nastavnom predmetu Agencijsko poslovanje obuhvata različite elemente koji se mogu primijeniti na različite načine.

Vrednovanje može koristiti različite tehnike kako bi se osigurao kvalitet procesa:

- Testovi i kvizovi: mogu se koristiti kako bi se provjerilo teorijsko znanje i razumijevanje osnovnih pojmova.

- Praktični zadaci: učenici mogu dobiti zadatke u kojima simuliraju izradu turističkih paketa, planiranje putovanja, analizu tržišta ili rješavanje poslovnih problema.

- Projektni radovi: izrada projektnih zadataka u grupama omogućava učenicima da pokažu sposobnost za istraživanje, planiranje, kreiranje i predstavljanje rješenja.

Preporučeni pristupi u vrednovanju:

1. *Formativno vrednovanje*: redovno davanje povratnih informacija tokom procesa učenja omogućava učenicima da unaprijede svoje sposobnosti, prije nego što dođe do finalnog ocjenjivanja.

2. *Sumativno vrednovanje:* na kraju polugodišta ili školske godine, vrednovanje treba da obuhvati ukupno savladane kompetencije i postignuća, uz pažljivo razmatranje svih prethodnih zadataka i aktivnosti.

3. *Transparentnost:* kriteriji vrednovanja trebaju biti jasno definisani i dostupni učenicima kako bi znali šta se od njih očekuje.

4. *Fleksibilnost*: prilagođavanje vrednovanja različitim stilovima učenja i mogućnostima učenika može doprinijeti boljim rezultatima i pravednijem procesu vrednovanja.