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

Poslovni engleski jezik

Nastavni plan i program/predmetni kurikulum zavnovan na ishodima učenja

SADRŽAJ

PK1 – Opis predmeta 2
PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja 3
PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma 4
PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi 6
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1 6
Godine učenja i podučavanja predmeta: 2 9
Godine učenja i podučavanja predmeta: 3 12
Godine učenja i podučavanja predmeta: 4 16
PK5 – Učenje i podučavanje 20
PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu 21

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

Nastavni predmet Poslovni engleski jezik podučava se kako bi učenici stekli specifične jezičke i komunikacijske vještine potrebne na radnom mjestu odnosno u poslovnom okruženju i u radu i komunikaciji, bilo pisanoj ili usmenoj, sa kolegama i klijentima. S obzirom na to da je engleski jezik dominantan jezik u međunarodnom poslovanju, nastavni predmet omogućava učenicima da se efikasno izražavaju u različitim situacijama kao što su prijem i razgovor sa klijentima, razumijevanje i odgovor na zahtjeve klijenta, rješavanje žalbi, marketing kompanije, odnosno predstavljanje proizvoda i usluga. Osim razvijanja vještine usmene komunikacije također je neophodno i razvijanje vještina poslovne korespondencije tj. pisanje poslovnih pisama kao što su ponuda, narudžba, pozivnica, čestitka, žalba itd. i odgovaranje na ista na formalan način. Ovaj nastavni predmet učenicima pomaže da razviju ne samo jezičke već i profesionalne vještine koje su ključne za rad u kompanijama, od komunikacijskih vještina, rada u timu, odgovornog odnosa prema kolegama i klijentima pa do razvijanja kritičkog razmišljanja.

Kroz podučavanje poslovnog engleskog jezika kod učenika se razvijaju sljedeće vrijednosti i vještine: ljubaznost, strpljenje i efikasna komunikacija sa klijentima, razumijevanje i uvažavanje različitih kultura i običaja kako bi se pružila visokokvalitetna usluga klijentima iz različitih dijelova svijeta, sposobnost prilagođavanja različitim situacijama i njihovim zahtjevima, sposobnost da se brzo i efikasno rješavaju problemi klijenata na profesionalan način te efikasna komunikacija sa kolegama u timu ili kompaniji.

Ovaj nastavni predmet doprinosi obrazovanju kompetentnih i profesionalnih pojedinaca koji su spremni za rad u kompanijama gdje su komunikacijske vještine na engleskom jeziku kako u usmenoj tako i u pisanoj formi neophodne. Kroz praktične scenarije i simulacije učenici razvijaju svoje vještine ostvarivanje kontakata, ugovaranje sastanaka, promociju proizvoda i usluga, pružanja usluga, rješavanja problema i prilagođavanja potrebama klijenata, što je u skladu sa ciljevima obrazovanja koji uključuju pripremu za tržište rada, kao i razvoj građanskih vrijednosti i odgovornog ponašanja.

Nastavni predmet Poslovni engleski jezik posebno doprinosi razvoju sljedećih ključnih kompetencija: komunikacija na stranom jeziku, interkulturalna svijest, poduzetničke kompetencije kao i digitalnu pismenost, razvijanje efikasnih komunikacijskih vještina na engleskom jeziku, uključujući terminologiju specifičnu za poslovno okruženje i radno mjesto u kompaniji, razvijanje sposobnosti za rad sa ljudima iz različitih kulturnih sredina, prilagođavanje kulturnim razlikama kao i pružanje prilagođenih usluga, razvijanje inovativnog razmišljanja i proaktivnog pristupa u pružanju usluga, promociju proizvoda i usluga kao i rješavanju problema.

Ovaj nastavni predmet povezuje se s različitim disciplinama koje imaju bitnu ulogu u razvoju turističke industrije i unaprijeđenju znanja o turizmu. Kroz razumijevanje geografskih lokacija i turističkih atrakcija, učenici stiču uvid u specifične termine potrebne za profesionalnu komunikaciju na engleskom jeziku. Istorijska perspektiva doprinosi prikupljanju i prezentaciji informacija o destinacijama i znamenitostima, omogućavajući učenicima da precizno i atraktivno predstave svoje znanje. Marketing u turizmu omogućava razvoj promotivnih materijala i vođenje online kampanja, koristeći engleski jezik kao sredstvo komunikacije s ciljanom publikom. U okviru turističkog poslovanja, učenici uče o važnosti engleskog jezika u svakodnevnim poslovnim operacijama, dok informatika pruža vještine korištenja digitalnih alata za upravljanje rezervacijama i izradu itinerera.

Nastavni predmet Poslovni engleski jezik za tehničare pripada jezičko-komunikacijskom području, ali je usko povezan i sa stručno-teorijskim i praktičnim predmetima škola u kojima se izučava zbog specifičnog konteksta i terminologije. Namijenjen je učenicima srednjih stručnih i tehničkih škola koji se pripremaju da odgovore zahtjevima tržišta rada u kompanijama kojima mogu ponuditi svoje vještine komunikacije na engleskom jeziku.

PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja

- Razvijati sposobnost primjerene i efikasne usmene i pisane komunikacije na engleskom jeziku u kontekstu rada u kompaniji.
- Razvijati vještine vođenja poslovnih pregovora, rješavanja žalbi, pisanja poslovne i promotivne dokumentacije, te vođenja prezentacija. Osposobljavanje učenika za obavljanje svakodnevnih radnih zadataka i komunikaciju sa klijentima iz različitih kulturnih sredina.
- Komunicirati s klijentima iz različitih kultura, prilagođavajući svoje komunikacijske strategije u skladu s njihovim kulturnim očekivanjima i razvijati svijest o važnosti kulturne senzitivnosti u poslovnom okruženju.
- Razvijati vještine korištenja digitalnih alata i platformi za online komunikaciju, marketing i promociju proizvoda i usluga na engleskom jeziku i osposobljavati ih za upotrebu savremenih tehnologija i digitalne pismenosti u industriji u skladu sa njihovim radnim mjestom.
- Razvijati profesionalan i odgovoran pristup klijentima i njegovati etičke principe i vrijednosti u radu s njima, kao i razvijati svijesti o važnosti kvalitetne usluge i zadovoljstva samih gostiju uz pozitivnu komunikaciju među kolegama u kompaniji.

PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma

Oblast A: Usmena i pismena komunikacija

Oblast Usmena i pismena komunikacija naglašava značaj korisne upotrebe vlastitog jezičnog repertoara u skladu s kontekstom i svrhom komunikacijskih situacija. Ova oblast omogućava učenicima da stiču znanje o poslovnom engleskom jeziku, uključujući vokabular, izgovor i pravopis, kao i različite stilove i registre govornog i pisanog engleskog jezika. Učenici će razvijati vještine verbalne i neverbalne interakcije, što je bitno za uspjeh u poslovnom okruženju.

Osnova za efikasnu komunikaciju podrazumijeva sposobnost razumijevanja i usmenog i pisanog izražavanja informacija, ideja, misli, osjećaja, stavova i vrijednosti, uzimajući u obzir različite kulturne i društvene kontekste. Učenici će ovladati ključnim aktivnostima potrebnim za korištenje jezičnog znanja u komunikaciji, kao što su slušanje i razumijevanje govorenih poruka, govor, čitanje, razumijevanje i pisanje tekstova.

Jedan od važnih aspekata ove oblasti je jezičko posredovanje, koje se definira kao složena jezička aktivnost koja uključuje istovremenu ili naizmjeničnu recepciju i produkciju jezika. U usmenom jezičnom posredovanju, jedan učenik preuzima ulogu posrednika kako bi omogućio komunikaciju među drugim osobama koje ne govore isti jezik, čime se poboljšava međusobna saradnja i razumijevanje. U pismenom ili kombinovanom posredovanju, učenici će učiti kako sažimati ili prevoditi pisane tekstove, poštujući kulturološke karakteristike zemlje ciljnog jezika.

Razvoj ove oblasti potiče socijalizaciju i sveobuhvatan razvoj svestrane stvaralačke ličnosti učenika. Sticanjem komunikacijske jezične kompetencije, učenici će razviti metajezičke i metakognitivne sposobnosti, uz intelektualnu znatiželju, kreativnost i interes za učenjem jezika, što će osnažiti njihovu sposobnost efikasnog funkcionisanja u globalnom poslovnom okruženju.

Oblast B: Razumijevanje kultura

Oblast Razumijevanje kultura naglašava važnost razvoju međukulturnosti u obrazovnom procesu učenja poslovnog engleskog jezika. Život u višejezičnom i višekulturnom svijetu nameće obrazovnim sistemima obavezu da integrišu razvoj međukulturnih vještina kako bi se učenicima omogućilo da postanu svjesni sebe kao pojedinaca i kao članova šire društvene zajednice. Tokom odgojno-obrazovnog procesa, akcentira se razvijanje pozitivnih stavova i svijesti o različitostima, kao i sticanje znanja i vještina vezanih uz druge kulture. Oblast će omogućiti učenicima da uoče i interpretiraju sličnosti i razlike među kulturama, što ih čini empatičnim, prilagodljivim i otvorenim prema razumijevanju i prihvaćanju različitih govornika engleskog jezika i njihovih kulturnih pozadina. Učenici će postati sposobni efikasno i kontekstu primjereno komunicirati s izvornim i neizvornim govornicima engleskog jezika, što će voditi ka uzajamnom zadovoljstvu sagovornika različitih kulturnih identiteta i izgradnji skladnih međukulturnih odnosa.

Ova oblast doprinosi produbljivanju učenikovog pogleda na svijet, omogućujući im uspješno učestvovanje u užoj i široj zajednici, kako u fizičkom, tako i u digitalnom okruženju. Razumijevanje kultura povećava mogućnosti mobilnosti i zapošljivosti učenika, čime se dodatno osnažuje njihova pozicija na tržištu rada.

Oblast C. Poslovno okruženje

Ova oblast pruža učenicima uvid u ključne aspekte poslovnog okruženja, fokusirajući se na finansije, marketing i upravljanje projektima. Učenici će izučavati osnovne finansijske pojmove, razvijati marketinške strategije i učiti kako da planiraju i upravljaju projektima. Kroz praktične primjere i studije slučaja, učenici će povezati teorijsko znanje sa realnim situacijama iz industrije. Cilj je da se učenici osposobe za donošenje informisanih poslovnih odluka i efikasno upravljanje resursima u dinamičnom okruženju.

PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi

▶ Srednje ▶ I.
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1

A Usmena i pismena komunikacija

Ishodi	Indikatori
A.1. Komunicira u poslovnim situacijama koristeći osnovni poslovni vokabular i jednostavne rečenice.	A.1.a. Koristi formalne i neformalne pozdrave u različitim poslovnim situacijama. A.1.b. Predstavlja sebe i druge koristeći osnovne lične informacije. A.1.c. Postavlja i odgovara na jednostavna pitanja u vezi sa osnovnim poslovnim informacijama. A.1.d. Izražava zahvalnost i ljubaznost u različitim poslovnim kontekstima.
A.2. Učestvuje u kratkim telefonskim razgovorima koristeći osnovne fraze za pozive i ostavljanje poruka.	A.2.a. Odgovara na poziv i predstavlja se u telefonskom razgovoru. A.2.b. Prenosi informacije telefonom. A.2.c. Ostavlja profesionalnu i ljubaznu telefonsku poruku, jasno komunicirajući svoj zahtjev ili razlog poziva.
A.3. Piše jasne i sažete e-mailove, primjerenog stila (formalnog ili neformalnog), u skladu sa poslovnim kontekstom i namjenom.	A.3.a. Piše e-mailove sa jasno definisanim ciljem, primjerenim pozdravom, koristeći odgovarajući formalni ili neformalni stil, u skladu sa primjenom poruke i kontekstom. A.3.b. Uključuje sve neophodne informacije u e-mail poruci, izbjegavajući nejasnoće i nepotrebne detalje. A.3.c. Koristi odgovarajući vokabular i gramatičke strukture, prilagođavajući ih formalnom ili neformalnom stilu.
A.4. Koristiti različite resurse za učenje engleskog jezika, prilagođavajući izbor resursa svojim potrebama i stilu učenja.	A.4.a. Koristi odgovarajuće rječnike i online resurse za pronalaženje novih riječi i izraza. A.4.b. Koristi online materijale za vježbanje vokabulara, gramatike i slušanja na sistematičan način. A.4.c. Procjenjuje relevantnost i pouzdanost različitih online izvora informacija.

B Razumijevanje kultura

Ishodi učenja	Indikatori
B.1. Analizira uticaj kulturnih faktora na efikasnost poslovne komunikacije, uključujući neverbalnu komunikaciju i bonton.	B.1.a.Poredi neverbalne signale u različitim kulturama i objašnjava njihov uticaj na komunikaciju. B.1.b. Razlikuje komunikacijske stilove i njihovu efektivnost u različitim kulturnim kontekstima. B.1.c. Procjenjuje značaj bontona i formalnosti za uspješnu poslovnu interakciju u različitim kulturama.

KLJUČNI SADRŽAJI

Poslovna komunikacija (vođenje neformalnog razgovora u poslovnim situacijama, formalni i neformalni pozdravi, predstavljanje sebe i drugih, bonton u poslovnom okruženju); Telefonska komunikacija (osnovne fraze za poslovne pozive, ostavljanje kratkih poruka); Pisanje poslovnih poruka (strukturisani e-mailovi, razlikovanje formalnih i neformalnih e-mailova); Trgovina i prodaja (osnovne fraze za prodaju i kupovinu, osnovni termini u poslovnim transakcijama); Industrijski sektor (radna mjesta, vrste proizvoda, fraze vezane uz industrijske proizvode); Osiguranje (osnovni pojmovi: polisa, premija, rizik); IT sektor (osnovni pojmovi i radna mjesta); Bankarstvo (osnovni pojmovi: račun, transakcija, depozit, kredit); Ugovori i narudžbe (izrazi za naručivanje robe, popunjavanje poslovnih formulara); Prezentacijske vještine (vrste i forme prezentovanja); Ugostiteljstvo i turizam (fraze za interakciju sa gostima, osnove upravljanja restoranima i hotelima, komunikacija sa turistima, planiranje i rezervacija turističkih aranžmana).

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja – metodičke smjernice:

- **Prilagođavanje materijala:** Nastavni materijali, uključujući tekstove, audio i video zapise, treba da budu prilagođeni uzrastu učenika i njihovom trenutnom nivou znanja. Koristiti autentične materijale iz poslovnog svijeta (npr., izvještaji, reklamni materijali, web stranice kompanija) kad god je to moguće.
- **Raznolikost metoda:** Primjeniti raznolikost metoda učenja i poučavanja, uključujući rad u paru, grupni rad, simulacije, uloge, prezentacije, projekte, igrice i kvizove. Integrisati digitalne alate za učenje (npr. online rječnici, aplikacije za učenje jezika, video konferencije).
- **Kombinacija tema:** Teme se mogu izučavati zasebno ili u kombinaciji, u zavisnosti od dostupnog materijala i procjene nastavnika. Primjer: tema "Telefonska komunikacija" se može povezati sa temom "Poslovni bonton" ili "Radna mjesta".
- **Ponavljanje:** Redovno ponavljati naučeni vokabular u različitim kontekstima i kroz različite aktivnosti.

2. Mogućnosti ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

- **Horizontalno umrežavanje:** Povezati teme iz poslovnog engleskog jezika sa drugim nastavnim predmetima. Primjeri:
    - **Bosanski jezik i književnost, Hrvatski jezik i književnost, Srpski jezik i književnost:** Pisanje formalnih i neformalnih pisama, e-mailova i izvještaja na engleskom jeziku, povezujući znanje o strukturi i stilu pisanja sa ovih nastavnih predmeta.
    - **Informatika:** Korištenje digitalnih alata za istraživanje, prezentovanje materijala i komunikaciju. Kreiranje prezentacija, blogova ili video zapisa vezano za teme iz poslovnog engleskog jezika.
    - **Geografija:** Izučavanje turističkih destinacija, analiza ekonomskog razvoja različitih zemalja.
    - **Historija:** Izučavanje razvoja poslovanja u određenom istorijskom kontekstu.
    - **Matematika:** Izračunavanje cijena, popusta, zarada itd.

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

- **Jezičko-komunikacijska kompetencija:** Fokus na razvijanju jasne, precizne i efikasne komunikacije na engleskom jeziku u različitim poslovnim situacijama, uključujući usmenu i pismenu komunikaciju.

- **Učiti kako se uči:** Podržati učenike u razvijanju samostalnosti, samopouzdanja, motivacije i upornosti u učenju engleskog jezika. Podstaći samoprocjenu i korištenje različitih tehnika učenja.
- **Društvena i građanska kompetencija:** Uključivanje tema koje se tiču etike u poslovanju, poštovanja različitih kultura i razvijanje svijesti o društvenoj odgovornosti.
- **Poduzetnička kompetencija:** Podržati inicijativu i kreativnost učenika kroz projekte i timski rad, stimulišući ih na proaktivno djelovanje.
- **Interkulturalna kompetencija:** Naglasiti važnost međukulturne komunikacije i razumevanja kulturnih razlika u poslovnom kontekstu.
- **Digitalna kompetencija:** Integrisati digitalne alate za učenje i komunikaciju, ali istovremeno podstaći kritičko razmišljanje o korišćenju digitalnih medija.
- **Kreativno-produktivna kompetencija:** Podstaći kreativnost i inovativnost učenika kroz različite aktivnosti, uključujući pisanje kreativnih tekstova, izradu prezentacija i drugih multimedijalnih projekata.

▶ Srednje ▶ II.
Godine učenja i podučavanja predmeta: 2

A Usmena i pismena komunikacija

Ishodi	Indikatori
A.1. Komunicira u složenijim poslovnim situacijama, koristeći širi poslovni vokabular i složenije rečenice.	A.1.a. Opisuje različite dijelove kompanije i radna mjesta, koristeći specifičan vokabular. A.1.b.Vodi neformalni poslovni razgovor, koristeći prikladne fraze i izraze. A.1.c. Komunicira jasno i efikasno tokom poslovnog sastanka, koristeći primjerene izraze. A.1.d. Izražava slaganje i neslaganje u poslovnim pregovorima, koristeći odgovarajuće strategije.
A.2. Vodi formalne i neformalne telefonske razgovore, uključujući zakazivanje sastanaka i ostavljanje detaljnijih poruka.	A.2.a. Zakazuje poslovni sastanak telefonom, koristeći primjerene fraze. A.2.b. Koristi odgovarajuće komunikacijske strategije za efikasno prenošenje informacija tokom telefonskog razgovora (npr. ponavljanje ključnih informacija, traženje potvrde). A.2.c. Demonstrira sposobnost fleksibilne adaptacije komunikacijskog stila u skladu sa kontekstom i sagovornikom.
A.3. Piše različite tipove poslovnih poruka (e-mailovi, zahtjevi, ponude, žalbe) koristeći adekvatan formalni ili neformalni stil, u skladu sa poslovnim kontekstom i prijemnikom poruke.	A.3.a. Piše formalne i neformalne e-mailove primjerene različitim poslovnim situacijama. A.3.b. Piše jasne i precizne zahtjeve i ponude, uključujući sve potrebne detalje. A.3.c. Piše formalne žalbe, jasno izražavajući problem i predlažući rješenje.

B Razumijevanje kultura

Ishod učenja	Indikatori
B.1. Analizira kulturne razlike u poslovnim običajima i bontonu u različitim zemljama.	B.1.a. Opisuje ključne razlike u poslovnom bontonu različitih kultura. B.1.b. Poredi različite poslovne običaje i tradicije. B.1.c. Objašnjava potencijalne probleme u komunikaciji nastale zbog kulturnih razlika.

KLJUČNI SADRŽAJI

Kompanija: opisivanje dijelova kompanije i radnih mjesta; Komunikacija na radnom mjestu: razvijanje poslovnih komunikacijskih vještina; Poslovni sastanci: formalno dogovaranje sastanaka
Poslovni pregovori: izražavanje slaganja i neslaganja; Putovanja: planiranje i odabir destinacije; Hotel: radna mjesta u hotelu i usluge hotela; Email: razlike između formalnog i neformalnog e-maila
Zahtjevi i ponude: pisanje zahtjeva i ponuda; Žalbe: izrazi za rješavanje problema u radu s klijentima
Prijedlozi i ponude: fraze za predlaganje i prihvatanje prijedloga; Prezentacijske vještine: priprema i vođenje prezentacija

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja – metodičke smjernice:

Ove smjernice daju detaljan uvid u pristupe poučavanja za svaku od tri oblasti u drugom razredu.

A. Usmena i pismena komunikacija:

Nastava treba da se fokusira na razvijanje fluentnosti i preciznosti u komunikaciji. Autentični materijali iz poslovnog svijeta (članci, video zapisi, audio materijali, poslovni izvještaji, reklamni materijali) su neophodni. Metode učenja treba da uključuju

- Simulacija realnih poslovnih situacija (poslovni sastanci, telefonski razgovori, razgovori sa klijentima, pregovori) kroz uloge i grupni rad.
- Analizu autentičnih primjera poslovne komunikacije (npr., analiza uspješnih i neuspješnih pregovora).
- Vježbe za poboljšanje izgovora i fluentnosti, uključujući i snimanje i analizu usmenih prezentacija i razgovora.
- Redovno pružanje konstruktivne povratne informacije učenicima na njihov način komunikacije.
- Korištenje šablona za pisanje različitih tipova poslovnih poruka (e-mailovi, zahtjevi, ponude, žalbe) kako bi se olakšalo razumijevanje strukture i stila.

B. Razumijevanje kultura:

Metodičke smjernice uključuju:

- Istraživanje kulturnih razlika u poslovnom bontonu i komunikacijskim stilovima kroz grupni rad i prezentacije.
- Korištenje autentičnih materijala (video zapisi, članci, knjige) koji prikazuju kulturne razlike u poslovnom kontekstu.
- Organizacija diskusija o kulturnim razlikama i njihovom uticaju na poslovnu komunikaciju
- Simulacije poslovnih situacija u različitim kulturnim kontekstima.

2. Mogućnosti ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Teme iz poslovnog engleskog jezika treba povezivati sa drugim predmetima: poslovna komunikacija, hotelsko poslovanje, istorija. Primjeri aktivnosti: analiza poslovnih dokumenata (Bosanski jezik i književnost/, hrvatski jezik i književnost, srpski jezik i književnost), analiza kulturnih razlika (Historija), rješavanje poslovnih problema (Matematika).

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

- **Komunikacija:** Jasno i efikasno izražavanje misli i ideja, usmeno i pismeno, prilagođeno kontekstu i prijemniku poruke.
- **Saradnja:** Efikasna komunikacija i saradnja u timu.
- **Rješavanje problema:** Korištenje engleskog jezika za rješavanje poslovnih problema.
- **Organizacija:** Efikasno planiranje i organizovanje učenja i rada.
- **Interkulturalna kompetencija:** Razumijevanje i poštovanje kulturnih razlika u poslovnom kontekstu.

- **Digitalna kompetencija:** Efikasno korišćenje digitalnih alata za učenje i komunikaciju.
- **Samostalnost:** Samostalno planiranje, organizovanje i praćenje učenja.

▶ Srednje ▶ III.
Godine učenja i podučavanja predmeta: 3

A Usmena i pismena komunikacija

Ishodi	Indikatori
A.1. Komunicira u formalnim i neformalnim poslovnim situacijama, koristeći širok poslovni vokabular.	A.1.a. Učestvuje u formalnim i neformalnim razgovorima. A.1.b. Koristi različite tipove rečenica za jasno i precizno izražavanje. A.1.c. Prilagođava svoj stil govoru/pisanju u zavisnosti od situacije i sagovornika.
A.2. Analizira različite komunikacijske strategije za efikasno rješavanje problema u poslovnim situacijama.	A.2.a. Primjenjuje strategije za jasno definisanje problema i prikupljanje informacija. A.2.b. Koristi komunikacijske vještine za efikasnu razmjenu informacija i ideja. A.2.c. Predlaže rješenja za poslovne probleme uz obrazlaženje .
A.3. Primjenjuje znanje o formalnom i neformalnom stilu pisanja i strukturi poslovnih dokumenata za kreiranje efikasnih i jasnih poruka u različitim poslovnim kontekstima (e-mailovi, izvještaji, ponude, žalbe).	A.3.a. Piše jasne i sažete e-mailove, u zavisnosti od konteksta. A.3.b. Piše strukturirane poslovne izvještaje, uključujući uvod, glavni dio i zaključak. A.3.c. Piše jasne i precizne ponude i žalbe, koristeći adekvatan stil.
A.4. Analizira različite tehnike i strategije za efikasno prezentiranje informacija.	A.4.a. Strukturira prezentaciju koristeći logičan redoslijed i jasnu strukturu, prilagođavajući je publici i temi. A.4.b. Koristi vizuelna pomagala za pojašnjenje informacija i poboljšanje efektivnosti. A.4.c. Odgovara na pitanja publike, koristeći jasne i precizne odgovore.

B Razumijevanje kultura

Ishod učenja	Indikatori
B.1. Analizira kulturne razlike u poslovnim običajima i bontonu različitih zemalja, identifikujući potencijalne probleme u komunikaciji.	B.1.a. Opisuje i upoređuje poslovne običaje i bonton različitih zemalja. B.2.b. Analizira uticaj kulturnih faktora na komunikaciju i pregovore. B.2.c. Predlaže strategije za efikasnu međukulturnu komunikaciju.

B.2. Primijenjuje znanje o kulturnim razlikama u poslovnoj komunikaciji u simuliranim situacijama.	B.2.a. Prilagođava svoj stil komunikacije (formalnost, direktnost, neverbalna komunikacija) u skladu sa kulturnim normama te kulture. B.2.b. Identifikuje potencijalno uvredljive izraze ili geste tokom simuliranog poslovnog razgovora. B.2.c. U pismenoj komunikaciji (npr. e-mail), prilagođava stil i ton komunikacije u skladu sa kulturnim očekivanjima.

D. Poslovno okruženje

Ishod učenja	Indikatori
D.1. Analizira jednostavne finansijske izvještaje iz turističkog/ekonomskog sektora i na osnovu toga donosi jednostavne poslovne odluke.	D.1.a.Objašnjava ključne finansijske pojmove (prihodi, rashodi, profit, gubici, budžet, investicije) u poslovanja. D.1.b. Analizira jednostavan finansijski izvještaj, identifikujući ključne pokazatelje poslovanja i trendove. D.1.c. Koristi osnovne finansijske pojmove za donošenje jednostavnih poslovnih odluka u simuliranim scenarijima (npr., određivanje cijene turističkog aranžmana, procjena profitabilnosti).
D.2. Razvija osnovne marketinške strategije za promociju turističkih usluga i brendiranje turističkih destinacija.	D.2.a. Definiše ključne marketinške koncepte (npr., target audience, branding, marketing mix). D.2.b. Opisuje različite kanale promocije turističkih usluga (npr., online marketing, društvene mreže, printani mediji). D.2.c. Razvija jednostavnu marketinšku strategiju za promociju turističke destinacije ili proizvoda.
D.3. Planira i organizuje jednostavan turistički projekat, koristeći odgovarajuće tehnike upravljanja projektima.	D.3.a. Definiše jasne i mjerljive ciljeve za jednostavan turistički projekat. D.3.b. Razvija jednostavan plan projekta, uključujući raspodjelu zadataka i vremenski okvir. D.3.c. Identifikuje potencijalne rizike i probleme u toku realizacije projekta.

KLJUČNI SADRŽAJI

Poslovna komunikacija: formalni i neformalni stilovi komunikacije, usmena i pisana komunikacija, strategije za efikasnu interakciju; Poslovna pisma i korespondencija: pisanje ponuda, molbi, žalbi, e-mailova, izvještaja, profesionalna korespondencija u turizmu i ugostiteljstvu; Poslovni sastanci: organizacija, vođenje i učestvovanje u sastancima, učinkovita komunikacija, poslovne fraze; Prezentacijske vještine: priprema i izvođenje poslovnih prezentacija, predstavljanje proizvoda i ideja pred klijentima i partnerima; Interkulturalna komunikacija: razlike u poslovnim običajima i bontonu između kultura, adaptacija komunikacije za međunarodne klijente; Poslovno pregovaranje: strategije i tehnike pregovaranja s klijentima, partnerima i dobavljačima; Novac i finansije: osnovni poslovni financijski pojmovi (proračuni, ulaganja), upravljanje financijama u turizmu; Promocija proizvoda i usluga: osnovne marketinške strategije, promocija turističkih usluga, razvoj brendiranja turističkih destinacija; Digitalni marketing: SEO, online prodaja i e-trgovina u turizmu i ugostiteljstvu; Upravljanje projektima: planiranje, organizacija rada u turizmu, razvoj novih turističkih proizvoda i marketing kampanja; Industrija i sigurnost u turizmu: sigurnost na radu, zaštita okoliša, održivi razvoj u industriji turizma i ugostiteljstva

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja – metodičke smjernice:

A. Usmena i pismena komunikacija:

- Korišćenje autentičnih materijala (video zapisi poslovnih sastanaka, audio zapisi telefonskih razgovora, primjeri poslovne korespondencije) za analizu i imitaciju. Simulacije poslovnih situacija (uloge). Fokus na tečnom i preciznom izražavanju, primjerenom vokabularu i gramatičkim strukturama. Povratna informacija treba da se fokusira na fluentnost, preciznost i izbor vokabulara.
- Grupni rad na analizi komunikacijskih strategija u različitim poslovnim situacijama (npr., rješavanje problema sa klijentima, vođenje pregovora). Diskusija o prednostima i nedostacima različitih strategija. Praktična primjena stečenog znanja u simuliranim situacijama.
- Analiza primjera formalnih i neformalnih poslovnih pisama i e-mailova. Vježbanje pisanja različitih tipova poslovnih dokumenata (e-mailovi, izvještaji, ponude, žalbe) na osnovu zadataka. Korištenje šablona za pisanje. Povratna informacija treba da se fokusira na strukturu, stil i jasnoću.
- Analiza uspješnih i neuspješnih prezentacija. Diskusija o različitim tehnikama prezentiranja (npr., korišćenje vizuelnih pomagala, tehnike angažovanja publike). Praktična primjena kroz pripremu i izvođenje prezentacija. Analiza prezentacija.

B. Razumijevanje kultura:

- Korištenje autentičnih materijala (video zapisi, članci, knjige, studije slučaja) koji prikazuju kulturne razlike u poslovnom kontekstu.
- Grupni rad na istraživanju kulturnih razlika, diskusije o kulturnom bontonu, simulacione vježbe poslovne komunikacije u različitim kulturnim kontekstima. Povratna informacija treba da se fokusira na prilagođavanje komunikacijskog stila različitim kulturnim kontekstima.

D. Poslovno okruženje:

- Analiza jednostavnih finansijskih izvještaja, grupni rad na razvoju marketinških strategija, praktični projekat planiranja i organizacije turističkog događaja. Korišćenje studija slučaja i simulacija.

2. Mogućnosti ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

- Horizontalno umrežavanje: Povezati teme iz poslovnog engleskog jezika sa drugim nastavnim predmetima. Primjeri:
    - Bosanski jezik i književnost, Hrvatski jezik i književnost, Srpski jezik i književnost: Pisanje formalnih i neformalnih pisama, e-mailova i izvještaja na engleskom jeziku, povezujući znanje o strukturi i stilu pisanja sa ovih nastavnih predmeta.
    - Privredna matematika: Finansijski proračuni, statistička analiza.

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

- Jezičko-komunikacijska kompetencija: Fokus na razvijanju jasne, precizne i efikasne komunikacije na engleskom jeziku u različitim poslovnim situacijama, uključujući usmenu i pismenu komunikaciju.
- Učiti kako se uči: Podržati učenike u razvijanju samostalnosti, samopouzdanja, motivacije i upornosti u učenju engleskog jezika. Podstaći samoprocjenu i korištenje različitih tehnika učenja.
- Društvena i građanska kompetencija: Uključivanje tema koje se tiču etike u poslovanju, poštovanja različitih kultura i razvijanje svijesti o društvenoj odgovornosti.
- Poduzetnička kompetencija: Podržati inicijativu i kreativnost učenika kroz projekte i timski rad, stimulišući ih na proaktivno djelovanje.
- Interkulturalna kompetencija: Naglasiti važnost međukulturne komunikacije i razumevanja kulturnih razlika u poslovnom kontekstu.

- Digitalna kompetencija: Integrisati digitalne alate za učenje i komunikaciju, ali istovremeno podstaći kritičko razmišljanje o korišćenju digitalnih medija.
- Kreativno-produktivna kompetencija: Podstaći kreativnost i inovativnost učenika kroz različite aktivnosti, uključujući pisanje kreativnih tekstova, izradu prezentacija i drugih multimedijalnih projekata.

▶ Srednje ▶ IV.
Godine učenja i podučavanja predmeta: 4

A Usmena i pismena komunikacija

Ishodi	Indikatori
A.1. Komunicira u formalnim i neformalnim poslovnim situacijama, koristeći širok poslovni vokabular.	A.1.a. Učestvuje u formalnim i neformalnim razgovorima. A.1.b. Koristi različite tipove rečenica za jasno i precizno izražavanje. A.1.c. Prilagođava svoj stil govoru/pisanju u zavisnosti od situacije i sagovornika.
A.2. Analizira različite komunikacijske strategije za efikasno rješavanje problema u poslovnim situacijama.	A.2.a. Primjenjuje strategije za jasno definisanje problema i prikupljanje informacija. A.2.b. Koristi komunikacijske vještine za efikasnu razmjenu informacija i ideja. A.2.c. Predlaže i obrazlaže rješenja za poslovne probleme.
A.3. Primjenjuje znanje o formalnom i neformalnom stilu pisanja i strukturi poslovnih dokumenata za kreiranje efikasnih i jasnih poruka u različitim poslovnim kontekstima (e-mailovi, izvještaji, ponude, žalbe).	A.3.a. Piše jasne i sažete e-mailove, u zavisnosti od konteksta. A.3.b. Piše strukturirane poslovne izvještaje, uključujući uvod, glavni dio i zaključak. A.3.c. Piše jasne i precizne ponude i žalbe, koristeći adekvatan stil.
A.4. Analizira različite tehnike i strategije za efikasno prezentiranje informacija.	A.4.a. Strukturira prezentaciju koristeći logičan redoslijed i jasnu strukturu, prilagođavajući je publici i temi. A.4.b. Koristi vizuelna pomagala za pojašnjenje informacija i poboljšanje efektivnosti. A.4.c. Odgovara na pitanja publike, koristeći jasne i precizne odgovore.

B Razumijevanje kultura

Ishod učenja	Indikatori
B.1. Analizira kulturne razlike u poslovnim običajima i bontonu različitih zemalja, identifikujući potencijalne probleme u komunikaciji.	B.1.a. Opisuje i upoređuje poslovne običaje i bonton različitih zemalja. B.2.b. Analizira uticaj kulturnih faktora na komunikaciju i pregovore. B.2.c. Predlaže strategije za efikasnu međukulturnu komunikaciju.
	B.2.a. Prilagođava svoj stil komunikacije (formalnost, direktnost, neverbalna komunikacija) u skladu sa kulturnim normama te kulture.

B.2. Primijenjuje znanje o kulturnim razlikama u poslovnoj komunikaciji u simuliranim situacijama.	B.2.b. Identifikuje potencijalno uvredljive izraze ili geste tokom simuliranog poslovnog razgovora. B.2.c. U pismenoj komunikaciji (npr. e-mail), prilagođava stil i ton komunikacije u skladu sa kulturnim očekivanjima.

D. Poslovno okruženje

Ishodi učenja	Indikatori
D.1. Analizira jednostavne finansijske izvještaje iz turističkog/ekonomskog sektora i na osnovu toga donosi jednostavne poslovne odluke.	D.1.a.Objašnjava ključne finansijske pojmove (prihodi, rashodi, profit, gubici, budžet, investicije) u kontekstu turističkog poslovanja. D.1.b. Analizira jednostavan finansijski izvještaj, identifikujući ključne pokazatelje poslovanja i trendove. D.1.c. Koristi osnovne finansijske pojmove za donošenje jednostavnih poslovnih odluka u simuliranim scenarijima (npr., određivanje cijene turističkog aranžmana, procjena profitabilnosti).
D.2. Razvija osnovne marketinške strategije za promociju turističkih usluga i brendiranje turističkih destinacija.	D.2.a. Definiše ključne marketinške koncepte (npr., target audience, branding, marketing mix). D.2.b. Opisuje različite kanale promocije turističkih usluga (npr., online marketing, društvene mreže, printani mediji). D.2.c. Razvija jednostavnu marketinšku strategiju za promociju turističke destinacije ili proizvoda.
D.3. Planira i organizuje jednostavan turistički projekat, koristeći odgovarajuće tehnike upravljanja projektima.	D.3.a. Definiše jasne i mjerljive ciljeve za jednostavan turistički projekat. D.3.b. Razvija jednostavan plan projekta, uključujući raspodjelu zadataka i vremenski okvir. D.3.c. Identifikuje potencijalne rizike i probleme u toku realizacije projekta.

KLJUČNI SADRŽAJI

Poslovna komunikacija: formalni i neformalni stilovi komunikacije, usmena i pisana komunikacija, strategije za efikasnu interakciju; Poslovna pisma i korespondencija: pisanje ponuda, molbi, žalbi, e-mailova, izvještaja, profesionalna korespondencija u turizmu i ugostiteljstvu; Poslovni sastanci: organizacija, vođenje i učestvovanje u sastancima, učinkovita komunikacija, poslovne fraze; Prezentacijske vještine: priprema i izvođenje poslovnih prezentacija, predstavljanje proizvoda i ideja pred klijentima i partnerima; Interkulturalna komunikacija: razlike u poslovnim običajima i bontonu između kultura, adaptacija komunikacije za međunarodne klijente; Poslovno pregovaranje: strategije i tehnike pregovaranja s klijentima, partnerima i dobavljačima; Novac i finansije: osnovni poslovni financijski pojmovi (proračuni, ulaganja), upravljanje financijama u turizmu; Promocija proizvoda i usluga: osnovne marketinške strategije, promocija turističkih usluga, razvoj brendiranja turističkih destinacija; Digitalni marketing: SEO, online prodaja i e-trgovina u turizmu i ugostiteljstvu; Upravljanje projektima: planiranje, organizacija rada u turizmu, razvoj novih turističkih proizvoda i marketing kampanja; Industrija i sigurnost u turizmu: sigurnost na radu, zaštita okoliša, održivi razvoj u industriji turizma i ugostiteljstva

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

1. Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja – metodičke smjernice:

A. Usmena i pismena komunikacija

- Korištenje autentičnih materijala (npr., video zapisi poslovnih sastanaka, audio zapisi pregovora, primjeri poslovne korespondencije) za analizu i imitaciju. Simulacija realnih poslovnih situacija (uloge) – fokusiranje na tečno i precizno izražavanje, primjeren vokabular i gramatičke strukture. Povratna informacija treba da se fokusira na fluentnost, preciznost i izbor vokabulara.

- Grupni rad na analizi komunikacijskih strategija u različitim situacijama (rješavanje problema, vođenje pregovora). Diskusija o prednostima i nedostacima različitih strategija. Praktična primjena u simuliranim situacijama.

- Analiza primjera formalnih i neformalnih poslovnih pisama i e-mailova. Vježbanje pisanja različitih tipova dokumenata na osnovu zadataka. Korištenje šablona. Povratna informacija treba da se fokusira na strukturu, stil i jasnoću.

- Analiza uspješnih i neuspješnih prezentacija. Diskusija o različitim tehnikama (vizuelna pomagala, tehnike angažovanja publike). Praktična primjena kroz pripremu i izvođenje prezentacija. Snimanje i analiza prezentacija.

B. Razumijevanje kultura

- Istraživanje kulturnih razlika kroz grupni rad, prezentacije, i analizu autentičnih materijala (video zapisi, članci, knjige, studije slučaja). Fokus na suptilnim razlikama.

- Diskusije o kulturnim razlikama i njihovom uticaju na poslovnu komunikaciju, strategije za efikasnu međukulturnu komunikaciju.

- Simulacije poslovnih situacija u različitim kulturnim kontekstima (pregovori, prezentacije), prilagođavanje komunikacijskog stila i neverbalne komunikacije.

D. Poslovno okruženje

- Analiza finansijskih izvještaja, grupni rad na razvoju marketinških strategija, praktični projekat planiranja i organizacije turističkog događaja. Korišćenje studija slučaja i simulacija. Fokus na primjeni stečenog znanja u realnim situacijama.

- Analiza različitih marketinških strategija, razvoj marketinškog plana, korišćenje digitalnih alata za online marketing.

- Rad na praktičnim projektima, korištenje tehnika upravljanja projektima, praćenje napretka i evaluacija projekata.

2. Mogućnosti ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Nastava poslovnog engleskog jezika se povezuje sa sociologijom kroz analizu kulturnih uticaja na poslovnu komunikaciju; sa poslovnim njemačkim jezikom kroz poređenje poslovnih komunikacijskih strategija; sa agencijskim poslovanjem kroz praktičnu primjenu jezičkih vještina u simulaciji turističkih aranžmana; sa poslovnim pravom kroz analizu ugovora i etičkih kodeksa; i sa bosanskim/hrvatskim/srpskim jezikom kroz usavršavanje pismenih i usmenih komunikacijskih vještina.

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

Kompetencijski pristup u nastavi poslovnog engleskog jezika u četvrtom razredu fokusira se na razvoj ključnih kompetencija neophodnih za uspjeh u međunarodnom poslovnom okruženju. Ovaj pristup obuhvata:

- **Komunikacijske kompetencije:** Učenici će razvijati sposobnost jasnog, preciznog i uvjerljivog izražavanja, usmeno i pismeno, prilagođavajući stil i ton različitim kontekstima. To uključuje i efikasno korištenje komunikacijskih vještina za rješavanje problema i inovativne pristupe u

komunikaciji i prezentaciji. Naglasak je na tečnom i preciznom izražavanju, korištenju širokog poslovnog vokabulara i primjeni različitih komunikacijskih strategija.

- **Interkulturalne kompetencije:** Učenici će razvijati razumijevanje i poštovanje kulturnih razlika u poslovnom kontekstu, uključujući prilagođavanje komunikacijskog stila različitim kulturama. To podrazumeva prepoznavanje i izbegavanje potencijalno uvredljivih izraza i neverbalnih signala.
- **Organizacione i problem-solving kompetencije:** Učenici će razvijati efikasne metode planiranja i organizovanja rada, kao i sposobnost identifikovanja i rješavanja problema u različitim poslovnim situacijama. To uključuje i kreativne pristupe rješavanju problema i kreiranju inovativnih marketinških strategija.

PK5 – Učenje i podučavanje

Nastava poslovnog engleskog jezika u srednjoj školi teži ka razvoju komunikacijske kompetencije, razumijevanju prirode jezika, interkulturalne osviješćenosti i razumijevanju sebe i drugih u poslovnom kontekstu. Osnovni principi podučavanja se zasnivaju na ciljevima predmeta i ishodima učenja usmjerenim ka osamostaljivanju učenika. Izbor sadržaja i metoda je prilagođen uzrastu učenika (adolescenti), uvažavajući individualne razlike u sposobnostima, predznanju, motivaciji, stilu i strategijama učenja. Potiče se odgovornost za vlastito učenje i višejezičnost. Primjena naučenog u stvarnim životnim situacijama je sastavni dio nastave, omogućavajući autentičnu komunikaciju. Nastavnik uzima u obzir uzrast, nivo znanja, društveno kontekst, institucionalna pitanja i potrebe učenika prilikom izbora metoda, materijala i organizacije nastave.

Uzrast učenika, njihova motivacija i stav prema učenju, kao i uloga nastavnika i okruženje u kojem se odvija učenje su od izuzetne važnosti. Učenici srednjoškolskog uzrasta imaju razvijene kognitivne sposobnosti, ali učenje stranog jezika može biti izazovno zbog apstraktnih jezičkih pravila i koncepata. Stoga je potrebno kombinirati apstraktno učenje sa iskustvenim, samostalnim i interakivnim aktivnostima. Uloga nastavnika je da pruži podršku i razumijevanje, posebno tokom usmenog izražavanja. Motivacija može biti unutrašnja (npr. želja za uspjehom u karijeri) ili spoljašnja (npr. dobra ocjena). Nastavnik treba da stvori poticajno okruženje, koristi autentične i interaktivne metode, pruža konstruktivnu povratnu informaciju i radi na samopouzdanju učenika. Za održavanje pažnje preporučuje se postepeno usložnjavanje aktivnosti, raznovrsnost i personalizirani pristup.

U nastavi poslovnog engleskog jezika koriste se različite metode i pristupi, uključujući:

- Komunikacijski pristup: Fokus na komunikacijsku funkciju jezika i razvoj komunikacijskih vještina kroz uloge, intervjue, debate i simulacije.
- Zadatak - bazirano učenje: Učenje kroz praktične zadatke koji simuliraju poslovne situacije (npr. pisanje poslovnih pisama, vođenje pregovora, priprema prezentacija, rješavanje poslovnih problema).
- CLIL (Content and Language Integrated Learning): Integrisanje znanja iz drugih predmeta (npr. ekonomije, marketinga, pravnih nauka) kroz engleski jezik.
- Projektno učenje: Rad na projektima koji simuliraju realne poslovne situacije.
- Kooperativno učenje: Rad u parovima ili grupama, podstičući saradnju i razmjenu znanja.
- Samostalno učenje: Podržavanje učenika u preuzimanju odgovornosti za svoje učenje, koristeći različite tehnike samoprocjene.

Nastavnik je saradnik, mentor i ko-konstruktor znanja, a ne samo prenosilac informacija. Nastavnik bira strategije podučavanja, osigurava sigurno i poticajno okruženje, koristi digitalne alate i resurse (online rječnici, aplikacije, video konferencije) za interkulturalne susrete i komunikaciju sa izvornim govornicima. Diferencijacija, individualizacija i personalizacija se koriste za prilagođavanje nastave individualnim potrebama i stilovima učenja.

PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu

Koriste se tri vrste vrednovanja:
Formativno vrednovanje: Kontinuirano praćenje napretka učenika tokom učenja, korišćenjem povratne informacije za poboljšanje procesa učenja. Tehnike formativnog vrednovanja uključuju:

- **Kratki, neformalni razgovori:** Tokom časa, kratki razgovori sa nastavnikom o temama iz lekcije. Daje se povratna informacija o tečnosti, preciznosti i primjerenosti vokabulara.
- **Pismeni zadaci:** Kratki pismeni zadaci (npr. e-mailovi, kratki izvještaji) tokom časa. Povratna informacija o strukturi, stilu i jasnoći.
- **Samoprocjena:** Učenici popunjavaju kratke upitnike ili liste za samoprocjenu, procjenjujući svoj napredak.
- **Vršnjačka procjena:** Učenici razmjenjuju svoje radove i daju povratnu informaciju jedni drugima koristeći unaprijed definisane kriterije.
- **Analiza studije slučaja:** Učenici analiziraju kratke studije slučaja iz poslovnog svijeta, identifikujući komunikacijske probleme i predlažući rješenja.
- **Simulacije:** Učenici u parovima ili malim grupama simuliraju kratke poslovne razgovore, telefonske pozive ili pregovore. Nastavnik posmatra i daje povratnu informaciju.
- **Snimanje i analiza:** Učenici snimaju sebe kako izvode prezentaciju ili telefonski razgovor. Zatim analiziraju snimke, identifikujući oblasti za poboljšanje.
- **Brainstorming:** Grupa učenika razmišlja o potencijalnim problemima u komunikaciji i predlaže strategije za njihovo rješavanje.
- **Role-playing:** Učenici simuliraju situacije rješavanja problema uloga.
- **Checklists:** Učenici koriste unaprijed definisane liste za proveru svojih radova, fokusirajući se na ključne elemente (npr. struktura, stil, jasnoća).
- **Feedback formulari:** Koriste se formulari za povratnu informaciju, fokusirajući se na ključne aspekte zadataka (npr. struktura, jasnoća, korišćenje vizuelnih pomagala, komunikacijske vještine).
- **Kvizove:** Kratki kviz na kraju svake teme, testirajući razumijevanje ključnih pojmova.
- **Diskusije:** Kratke diskusije o određenim temama. Nastavnik daje povratnu informaciju o tome koliko učenici razumiju te teme.
- **Istraživački zadaci:** Učenici istražuju određene teme i predstavljaju svoje nalaze.

2. Vrednovanje kao učenje:
Cilj: Razvijanje metakognitivnih vještina, samorefleksije i autonomije učenika.
Samoprocjena: Učenici redovno procenjuju svoj rad i napredak koristeći liste za provjeru, upitnike ili dnevnike učenja. Fokus je na identifikaciji jačih i slabijih strana, postavljanju ciljeva za poboljšanje i razvoju samosvijesti.
Vršnjačka procjena: Učenici razmjenjuju radove i daju konstruktivnu kritiku jedni drugima, koristeći unaprijed definisane kriterije. Ovo podstiče saradnju, razvija kritičko mišljenje i poboljšava komunikacijske vještine.
Refleksivni eseji: Učenici pišu kratke eseje o svom procesu učenja, strategijama koje koriste i teškoćama sa kojima se susreću. Ovo podstiče dublje razumijevanje procesa učenja i razvoj metakognitivnih vještina.
Dnevnik učenja: Učenici vode dnevnik učenja, bilježeći svoje aktivnosti, napredak, teškoće i razmišljanja o procesu učenja. Nastavnik može koristiti dnevnik za praćenje napretka i pružanje individualne podrške.
Portfolio: Učenici prikupljaju svoje radove (npr. pismene zadatke, snimke prezentacija, izvještaje o projektima) u portfolio, demonstrirajući svoj napredak tokom vremena.
3. Sumativno vrednovanje:
Cilj: Sveobuhvatna procjena postignuća učenika na kraju određenog perioda, fokus na primjeni znanja i vještina.
Usmeno ispitivanje: Simulacija realnih poslovnih situacija (npr., pregovori, sastanci, prezentacije). Ocjena se zasniva na tečnosti, preciznosti, primjerenosti vokabulara, korišćenju komunikacijskih strategija i prilagođavanju stila komunikacije.

Testovi: Testovi koji procjenjuju poznavanje vokabulara, pisanih komunikacijskih vještina i znanja iz oblasti turizma i ugostiteljstva.
Pismeni zadaci: Pisanje poslovnih pisama, izvještaja, e-mailova, ponuda i žalbi, prilagođeno specifičnom poslovnom kontekstu. Ocjena se zasniva na strukturi, stilu, jasnoći, primjerenosti vokabulara i gramatičkoj tačnosti.
Prezentacije: Priprema i izvođenje poslovnih prezentacija, procjena strukture, sadržaja, korištenja vizuelnih pomagala i komunikacijskih vještina (npr., jasnoća, fluentnost, upotreba neverbalne komunikacije).
Projekti: Izrada projekata (npr., marketinški plan, plan putovanja, izrada poslovnog plana) koji simuliraju realne poslovne situacije. Ocjena se zasniva na kvaliteti plana, primjeni znanja, timskom radu (ako je projekat grupni) i prezentaciji rezultata.

4. Povratna informacija:
Konstruktivna povratna informacija je bitna za efikasno učenje. Ona treba da bude:
Pravovremena: Daje se odmah nakon aktivnosti ili zadatka.
Specifična: Fokusirana na konkretne aspekte rada učenika.
Pozitivna i konstruktivna: Izdvaja se ono što je učenik dobro uradio, a zatim se daju sugestije za poboljšanje.
Akciona: Uključuje konkretne sugestije za poboljšanje.
Prilagođena: U skladu sa individualnim potrebama i stilom učenja svakog učenika.

5. Kriteriji vrednovanja:
Za svaku vrstu vrednovanja i svaku metodu, definišu se jasni i precizni kriteriji vrednovanja. Kriteriji treba da budu:
Jasni i precizni: Učenici treba da znaju šta se od njih očekuje.
Mjerljivi: Postoje jasni kriteriji za ocjenu.
Ostvarivi: Ciljevi su realni i dostižni za učenike.
Relevantni: Kriteriji su usklađeni sa ciljevima i ishodima učenja.
Vremenski ograničeni: Jasno je definisano kada se vrednovanje sprovodi.

Segmenti vrednovanja prema kojim se mogu uraditi primjeri kriterija u određenim oblastima:
Usmeni odgovor: Tečnost govora, preciznost izražavanja, primjerenost vokabulara, upotreba gramatike, jasnoća poruke, odgovaranje na pitanja.
Pismeni zadaci: Struktura teksta, stil, jasnoća, preciznost, primjerenost vokabulara, gramatička tačnost.
Prezentacije: Struktura prezentacije, korišćenje vizuelnih pomagala, jasnoća izlaganja, fluentnost govora, interakcija sa publikom.
Projekti: Jasnoća ciljeva, kvalitet plana, timski rad (ako je projekat grupni), kvalitet rezultata, prezentacija.