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

PRODAJNO 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

Nastavni predmet Prodajno poslovanje podučava se kako bi učenici stekli praktična znanja i vještine potrebne za uspješno obavljanje prodajnih aktivnosti u prodavnici. Specifični doprinos ovog nastavnog predmeta odgoju i obrazovanju učenika uključuje razvijanje sposobnosti za izradu obračuna prodate robe i vođenju blagajničkog poslovanja, zatim upoznavanje sa bezgotovinskim načinom plaćanja, korištenje računarskih programa za izradu prodajne dokumentacije i razumijevanje značaja i provođenje različitih metoda promocije i prodaje robe.

Podučavanjem nastavnog predmeta Prodajno poslovanje kod učenika se razvijaju odgovornost i tačnost u vođenju poslovne dokumentacije. Inicijativa i samostalnost u obavljanju prodajnih aktivnosti, timski rad i saradnja sa kolegama i kupcima kao i kultura komunikacije i profesionalno ponašanje u poslovnom okruženju.

Podučavanje nastavnog predmeta doprinosi ostvarivanju vizije, svrhe i ciljeva odgoja i obrazovanja kroz razvijanje kompetencija za tržište rada i poduzetničkih vještina. Učenici povezuju teorijska znanja sa praktičnim vještinama, čime se promoviše cjeloživotno učenje i prilagodljivost promjenama u poslovnom okruženju. Kod učenika jača se društvena odgovornost i prihvatanje različitosti u poslovnom okruženju.

Podučavanje nastavnog predmeta doprinosi razvoju ključnih kompetencija kod učenika kroz sticanje i primjenu stručnih znanja iz oblasti prodaje i blagajničkog poslovanja. Razvija se digitalna pismenost korištenjem kompjuterskih programa za vođenje prodajne dokumentacije. Povećava se finansijska pismenost učenika kroz obračun i naplatu prodate robe. Unapređuju se komunikacijske vještine u odnosu sa kolegama i kupcima.

Podučavanjem nastavnog predmeta razvijaju se sljedeće predmetno-specifične kompetencije kod učenika: sposobnost mjerenja i obračuna prodate robe, zatim znanje o bezgotovinskim načinima plaćanja i vođenja blagajničkog poslovanja. Učenici koriste računarski program za izradu prodajne dokumentacije i imaju razumijevanje za promotivne aktivnosti u prodavnici i njihovu realizaciju.

Podučavanje nastavnog predmeta doprinosi realizaciji međupredmetnih tema kroz povezivanje sa međupredmetnom temom poduzetništvo kroz sticanje znanja i vještina potrebnih za poslovanje u prodavnici. Prihvaćanje različitosti i razvijanje građanske odgovornosti kroz građanski odgoj i obrazovanje. Korištenje informatičkih tehnologija i razvijanje digitalnih vještina kroz međupredmetnu temu učiti kako učiti.

Nastavni predmet Prodajno poslovanje pripada odgojno-obrazovnom području ekonomije i poduzetništva**,** odnosno specifičnom području trgovine i maloprodaje.

Savremena koncepcija učenja i podučavanja nastavnog predmeta Prodajno poslovanje temelji se na aktivnom učenju kroz praktične zadatke i simulaciju stvarnih poslovnih situacija. Koriste se informacijsko-komunikacijske tehnologije za vođenje prodajne dokumentacije. Problematiziraju se stvarne situacije i rješava problem uz afirmativan pristup. Nastavni sadržaji se individualiziraju i prilagođavaju interesima i sposobnostima učenika. Razvija se samoinicijativa, odgovornost i timski rad kod učenika.

Nastavni predmet Prodajno poslovanje podučava se u prvom razredu srednje stručne škole za zanimanje prodavač / trgovac.

PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja

Učenici će:

- Sticati praktične vještine potrebne za prodaju robe u prodavnici, uključujući mjerenje i obračunavanje prodate robe.
- Učiti o različitim bezgotovinskim načinima plaćanja, te će biti u stanju da ih primjenjuju u prodavnici. Naučit će kako pravilno evidentirati i obrađivati takve transakcije.
- Učiti kako izvesti obračun blagajne na kraju radnog dana, sastavljati ponude i predračune za kupce, te koristiti računarske programe za vođenje prodajne dokumentacije.
- Identifikovati i riješavati nepravilnosti, te kako postupati u skladu sa pravilima poslovanja i zakonskim zahtjevima.
- Razumjeti osnovne principe medijskog oglašavanja i njegovih strategija, kao i razvijati sposobnost analize različitih medijskih kampanja u svrhu prepoznavanja njihovog uticaja na tržište, ponašanje potrošača i prodaju proizvoda i usluga.
- Razumjeti specifična obilježja prodaje robe po posebnim uslovima, kao što su sezonske rasprodaje, popusti, akcije i specijalne ponude, te razviti praktične vještine u organizaciji i vođenju ovakvih prodajnih aktivnosti.

PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma

Svaka oblast je usmjerena na razvoj ključnih kompetencija za zanimanje trgovac/prodavač, uz naglasak na praktične vještine, kritičko razmišljanje i etičko ponašanje u radnom okruženju. Oblasti ne samo da pokrivaju specifične sadržaje, već i pružaju jasno utemeljenje u vještinama, znanjima i stavovima koje učenici treba da razviju.

Prodaja i blagajničko poslovanje

Izučavajući ovu oblast učenici se uče praktičnim vještinama prodaje i vođenja blagajne, što ih priprema za uspješno obavljanje poslova u prodavnici. Razvijaju sposobnost efikasnog obavljanja prodajnih transakcija, uključujući mjerenje i obračunavanje robe. Uče o različitim bezgotovinskim načinima plaćanja i kako se vodi blagajničko poslovanje. Učenici se upoznaju sa korištenjem računarskih programa za vođenje prodajne dokumentacije i razumiju važnost tačnosti i urednosti u vođenju dokumentacije. Ova oblast doprinosi razvoju digitalne pismenosti i financijske pismenosti učenika. Također razvija se odgovornost i tačnost u obavljanju poslova, te povećava svijest o važnosti profesionalnog ponašanja u poslovnom okruženju.

Marketing i prodajne strategije

Učenici će se upoznati s različitim metodama promocije i prodaje robe, te razumjeti važnost marketinga za uspješno poslovanje u prodaji. Učenici će razumjeti uticaj medijskog oglašavanja na prodaju robe i naučiti kako se medijska kampanja može koristiti za promociju proizvoda i usluga. Također će se upoznati sa posebnim vrstama prodaje, kao što su sezonske rasprodaje, popusti, akcije i specijalne ponude. Ova oblast razvija učenikove komunikacijske vještine, povećava njegovu svijest o važnosti marketinga i promocije u poslovnom okruženju i razvija njihove sposobnosti za organiziranje i vođenje prodajnih aktivnosti po posebnim uslovima.

Etičko poslovanje i odgovornost

Učenici će razumjeti važnost etičkog poslovanja u prodaji. Naučiće kako pravilno postupati u slučajevima nepravilnosti i nedostataka u blagajni, te kako identifikovati i riješiti nepravilnosti. Razumjet će koliko je važno slijediti pravila poslovanja i zakonske zahtjeve. Ova oblast pomaže u razvoju osjećaja odgovornosti učenika, razvija njihovu sposobnost za identifikaciju i rješavanje problema i povećava njihovu svijest o važnosti profesionalnog ponašanja u poslovnom okruženju.

PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi

▶ Srednje ▶I
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1

A **Prodaja i blagajničko poslovanje**	
Ishodi učenja	Indikatori:
A.1.1. Objašnjava proces prodajnih transakcija i obračuna prodate robe analizom pravila mjerenja, vaganja i evidentiranja robe u skladu sa poslovnim standardima.	A.1.1.1. Definiše osnovne pojmove prodajne transakcije. A.1.1.2. Razlikuje vrste prodajnih transakcija. A.1.1.3. Navodi pravila mjerenja i vaganja robe u prodaji u skladu s važećim standardima i propisima. A.1.1.4. Objašnjava postupak evidentiranja robe kroz prodajnu dokumentaciju. A.1.1.5. Analizira primjere obračuna prodate robe kroz praktične primjere i studije slučaja. A.1.1.6. Identifikuje greške u obračunu i evidentiranju robe te predlaže rješenja za njihovu ispravku. A.1.1.7. Objašnjava važnost tačnog vođenja prodajne dokumentacije i njenog uticaja na poslovanje.
A.1.2. Opisuje različite bezgotovinske metode plaćanja i postupak evidentiranja transakcija putem studija slučaja i praktičnih primjera.	A.1.2.1. Navodi osnovne pojmove bezgotovinskog plaćanja. A.1.2.2. Razlikuje vrste bezgotovinskih metoda plaćanja. A.1.2.3. Objašnjava prednosti i nedostatke različitih metoda plaćanja u kontekstu sigurnosti, brzine i troškova transakcije. A.1.2.4. Analizira primjere bezgotovinskih transakcija kroz studije slučaja i prepoznaje ključne korake u procesu plaćanja. A.1.2.5. Demonstrira postupak evidentiranja bezgotovinskih transakcija kroz popunjavanje odgovarajućih blagajničkih obrazaca ili simulacije prodajnog procesa. A.1.2.6. Objašnjava zakonske propise i sigurnosne mjere vezane za bezgotovinska plaćanja i njihovu primjenu u poslovnom okruženju.
A.1.3. Sastavlja prodajnu dokumentaciju.	A.1.3.1. Definiše osnovne pojmove prodajne dokumentacije. A.1.3.2. Objašnjava svrhu i značaj prodajne dokumentacije u poslovanju i zakonskim regulativama. A.1.3.3. Popunjava prodajnu dokumentaciju ručno i putem standardizovanih obrazaca uz primjenu odgovarajućih pravila. A.1.3.4. Objašnjava postupak dnevnog obračuna blagajne i njegovu ulogu u kontroli finansija preduzeća. A.1.3.5. Analizira primjere dnevnog obračuna blagajne. A.1.3.6. Demonstrira simulaciju dnevnog obračuna blagajne kroz konkretne primjere, uključujući evidentiranje prihoda, rashoda i završno stanje.

KLJUČNI SADRŽAJI

Osnovni pojmovi prodajne transakcije (kupoprodajni proces, blagajničke procedure, fiskalni račun). Vrste prodajnih transakcija. Pravila mjerenja i vaganja robe. Evidentiranje robe u prodaji: računi, fiskalne potvrde, evidencije lagera, vođenje prodajnih knjiga. Obračun prodate robe: metode obračuna, primjena popusta i poreza. Bezgotovinske metode plaćanja (debitne i kreditne kartice, mobilne aplikacije, QR kodovi, POS terminali, internet bankarstvo) i sigurnosne mjere. Sastavljanje prodajne dokumentacije (račun, predračun, fiskalni račun, blagajnički izvještaj) i dnevni obračun blagajne.

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

Objasniti učenicima osnovne pojmove prodajne transakcije (kupoprodajni proces, blagajničke procedure, fiskalni račun) i različite vrste prodaje (gotovinska, bezgotovinska, kreditna, online prodaja). Učenici mogu analizirati stvarne primjere prodajnih transakcija kroz studije slučaja, čime će lakše razumjeti proces prodaje i način evidentiranja robe. Prikazati učenicima praktične primjere vaganja i mjerenja robe u skladu sa važećim standardima. Korištenje vage u učionici ili simulacija može pomoći u razumijevanju tačnih procedura mjerenja. Organizovati praktične aktivnosti gdje učenici popunjavaju prodajnu dokumentaciju (računi, fiskalne potvrde, evidencija lagera) i analiziraju primjere obračuna prodate robe. Učenici treba da identifikuju greške u obračunu i evidentiranju robe te predlože odgovarajuća rješenja kroz zadatke i analizu slučajeva. Objasniti učenicima osnovne pojmove i vrste bezgotovinskih plaćanja (kartično plaćanje, mobilno plaćanje, elektronski transferi, QR kodovi, POS terminali). Učenici u grupama analiziraju koje su metode najsigurnije, najbrže i najisplativije, te raspravljaju o njihovim troškovima. Učenici koriste simulirane POS terminale, mobilne aplikacije ili blagajničke sisteme kako bi naučili proces evidentiranja bezgotovinskih transakcija. Analizirati realne primjere bezgotovinskih plaćanja, posebno u kontekstu sigurnosnih mjera i zakonodavnih regulativa. Objasniti učenicima vrste prodajne dokumentacije (račun, predračun, ponuda, fiskalni račun, blagajnički izvještaj) i njihov značaj u poslovanju. U okviru radionica učenici praktično vježbaju popunjavanje prodajne dokumentacije, kako ručno tako i korištenjem standardizovanih obrazaca. Aktivnosti se nadopunjuju grupnom diskusijom o značaju tačne i uredne evidencije, pri čemu učenici zajednički razmatraju kako pravilno vođenje dokumentacije utiče na uspješnost i efikasnost poslovanja preduzeća.

Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetne korelacije

Moguće je ostvariti korelaciju sa predmetima: Matematika u struci, Informatika, Praktična nastava u učionici.

Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

Učenici stiču komunikacijske i jezičke kompetencije razumijevanjem i primjenom stručnih termina u trgovini i finansijama. Matematičke kompetencije razvijaju primjenom matematike u obračunu prodate robe i dnevnom obračunu blagajne. Digitalne kompetencije stiču razumijevanjem rada sa POS terminalom, fiskalnim uređajem i elektronskim sistemima plaćanja. Poduzetničke kompetencije obuhvataju razumijevanje poslovnih procesa vezanih za prodaju robe i finansijsko poslovanje preduzeća. Pored toga, učenici razvijaju organizacijske i administrativne kompetencije efikasnim vođenjem prodajne dokumentacije u skladu sa poslovnim standardima.

B **Etičko poslovanje i odgovornost**	
Ishodi učenja	Indikatori:
B.1.1. Identificira nepravilnosti u prodajnom procesu u skladu sa	B.1.1.1. Definiše ključne pojmove vezane za prodajni proces. B.1.1.2. Razlikuje vrste nepravilnosti u prodajnom procesu.

zakonskim propisima i etičkim standardima, analizom konkretnih situacija.	B.1.1.3. Objašnjava posljedice nepravilnosti u prodaji na poslovanje, kupce i reputaciju preduzeća. B.1.1.4. Prepoznaje ključne faktore nepravilnosti koji dovode do problema. B.1.1.5. Navodi relevantne zakonske propise i etičke standarde koji regulišu prodajni proces i zaštitu potrošača. B.1.1.6. Primjenjuje pravila ispravnog poslovanja.

KLJUČNI SADRŽAJ

Osnove prodajnog procesa: prodajne transakcije, reklamacije, blagajničke nepravinosti, poslovna etika. Vrste nepravilnosti u prodaji: greške u obračunu, nepravilno evidentiranje robe, netačni računi, prevare. Poslovna etika i odgovornost. Pravni okvir prodaje (zakoni o zaštiti potrošača, fiskalizacija, regulativa o izdavanju računa).

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

Mogućnost efikasnog učenja i podučavanja-metodičke smjernice

Nastava bi trebala biti interaktivna, primjenjiva na realne poslovne situacije i zasnovana na povezivanju teorije sa praksom. Preporučuje se organizacija nastave kroz kombinaciju predavanja, radionica i praktičnih vježbi, pri čemu se koriste metode aktivnog učenja poput diskusija, analize konkretnih primjera, igranja uloga i rješavanja problemskih situacija. Multimedijalni materijali, poslovni dokumenti, studije slučaja i gostujuća predavanja stručnjaka dodatno doprinose razumijevanju ove tematike.

Za ostvarenje ishoda neophodno je učenike upoznati sa osnovama prodajnog procesa, uključujući prodajne transakcije, blagajničke poslove, izdavanje računa, reklamacije i poslovnu etiku. Naglasiti važnost pravilnog evidentiranja robe i fiskalizacije. Potrebno je identifikovati vrste nepravilnosti u prodaji, kao što su netačni računi, greške u obračunu, nepravilno evidentiranje robe i prevare, te analizirati njihov uticaj na kupce, preduzeće i poslovnu reputaciju. Učenici bi trebali biti upoznati sa relevantnim zakonskim propisima koji regulišu prodajni proces, zaštitu potrošača i fiskalizaciju, kao i sa ulogom inspekcijskih službi i regulatornih tijela. Poseban naglasak treba staviti na etičke principe u prodaji i važnost profesionalnog ponašanja trgovca.

Analiza konkretnih slučajeva iz prakse omogućava učenicima da prepoznaju uzroke nepravilnosti i povežu ih sa pravnim i etičkim normama. Kroz simulacije, učenici mogu vježbati pravilne procedure u prodaji i blagajničkom poslovanju te razvijati strategije za sprečavanje nepravilnosti. Također, potrebno ih je osposobiti za pravilnu komunikaciju sa kupcima u situacijama reklamacija i nesporazuma.

Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Moguće je ostvariti korelaciju sa predmetima: Matematika u struci, gdje se korelacija ostvaruje putem obračun cijena, PDV-a i popusta i prepoznavanje nepravilnosti u prodaji. Korelacija sa predmetom Informatika. Učenici koriste digitalne alate za popunjavanje i vođenje prodajne dokumentacije, izradu računa. Praktična nastava u školi, gdje se povezanost ostvaruje putem simulaciju prodajnih situacija, rad sa dokumentacijom, vođenje blagajne i komunikacija sa kupcima.

Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

Učenici razvijaju sposobnost donošenja odgovornih poslovnih odluka u skladu sa pravnim i etičkim standardima ćime stiću poduzetničke kompetencije. Razumiju značaj ispravnog poslovanja za uspjeh preduzeća i očuvanje reputacije te stiču vještine analize prodajnih transakcija i prepoznavanja rizika. Finansijske kompetencije stiću savladavajem metode evidentiranja prodaje i fiskalizacije, prepoznaju blagajničke nepravilnosti i greške te koriste digitalne alate za provjeru tačnosti transakcija i praćenje

dokumentacije. Time razvijaju i svoje digitalne kompetencije. Kompetencije kritičko razmišljanje i rješavanje problema razvijaju analizom stvarnih situacija gdje prepoznaju uzroke nepravilnosti i koriste pravne i etičke norme pri donošenju odluka.

C **Marketing i prodajne strategije**	
Ishodi učenja	Indikatori:
C.1.1. Analizira primjere medijskog oglašavanja i njegov uticaj na prodaju proizvoda i usluga.	C.1.1.1. Definiše osnovne pojmove medijskog oglašavanja. C.1.1.2. Razlikuje vrste medijskog oglašavanja. C.1.1.3. Objašnjava osnovne marketinške strategije. C.1.1.4. Analizira primjere različitih medijskih kampanja i prepoznaje njihove ključne elemente. C.1.1.5. Procjenjuje uticaj medijskog oglašavanja na ponašanje potrošača i donošenje odluka o kupovini. C.1.1.6. Upoređuje efektivnost različitih marketinških strategija na osnovu uspješnih i neuspješnih primjera iz prakse.
C.1.2. Planira strategije za posebne prodajne aktivnosti.	C.1.2.1. Definiše pojmove posebnih prodajnih aktivnosti. C.1.2.2. Razlikuje vrste promotivnih prodajnih strategija. C.1.2.3. Analizira uspješne primjere prodajnih kampanja. C.1.2.4. Identifikuje ciljne grupe kupaca za koje su određene prodajne aktivnosti najefikasnije. C.1.2.5. Kreira plan promotivne kampanje (definisanje ciljeva, strategija oglašavanja, određivanje popusta i trajanja akcije). C.1.2.6. Primjenjuje različite strategije za privlačenje kupaca.

KLJUČNI SADRŽAJI

Osnovni pojmovi medijskog oglašavanja. Vrste medijskog oglašavanja. Analiza medijskih kampanja: ključni elementi kampanja (poruka, dizajn, ciljana publika, kanal distribucije). Uticaj medijskog oglašavanja na ponašanje potrošača. Posebne prodajne aktivnosti: sezonske rasprodaje, akcije, popusti, programi lojalnosti. Simulacija prodajnih scenarija: grupni rad, primjena različitih strategija za privlačenje kupaca.

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

Mogućnost efikasnog učenja i podučavanja-metodičke smjernice

Učenici trebaju razumjeti osnovne pojmove kao što su reklama, promocija, ciljna grupa, marketinška kampanja i konverzija. Da bi se to postiglo, nastavnik treba koristiti konkretne primjere iz stvarnog života. Učenici mogu istraživati različite oblike medijskog oglašavanja kroz studije slučaja kako bi im postalo jasno kako se marketinške kampanje kreiraju i šta obuhvataju. Predstaviti različite vrste medijskog oglašavanja kao što su TV, radio, internet, društvene mreže, štampani mediji i influens marketing. Učenici mogu pratiti stvarne kampanje, analizirati kako svaka vrsta medija cilja različite skupine kupaca i kako se koristi u različitim marketinškim strategijama. Nastavnici bi trebali detaljno objasniti različite marketinške strategije kao što su pozicioniranje brenda, direktni marketing, gerila marketing i digitalni marketing. Učenici mogu učiti kroz analiziranje stvarnih primjera iz prakse, razmatrajući koje su strategije bile najefikasnije u određenim situacijama. Kroz analizu stvarnih medijskih kampanja, učenici bi trebali naučiti kako prepoznati ključne elemente, kao što su poruka, dizajn, ciljana publika i kanal distribucije. Korištenje primjera iz različitih industrija može pomoći učenicima da bolje razumiju kako se ti elementi uklapaju u ukupnu marketinšku strategiju. Da bi učenici mogli procijeniti uticaj medijskog oglašavanja na ponašanje potrošača, trebaju

razmatrati različite teorije o ponašanju potrošača. Razgovor o tome kako reklame utiču na odluke o kupovini može biti podržan istraživanjem psiholoških faktora koji motiviraju potrošače. Učenici trebaju razumjeti pojmove kao što su sezonske rasprodaje, akcije, popusti i programi lojalnosti. Preporučuje se da nastavnici koriste stvarne primjere promotivnih aktivnosti kako bi učenici shvatili zašto su određene prodajne aktivnosti efikasne u različitim periodima godine ili u specifičnim tržišnim uslovima. Učenici trebaju biti uključeni u praktične aktivnosti poput osmišljavanja promotivnih kampanja. Nastavnici mogu organizirati radionice gdje učenici osmišljavaju konkretne promotivne akcije, definiraju ciljeve, strategije oglašavanja, popuste i trajanje akcije. Korištenje simulacija može biti vrlo korisno za testiranje tih kampanja.

Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Moguće je ostvariti korelaciju sa predmetima: Matematika u struci, Bosanski jezik i književnost, Hrvatski jezik i književnost, Srpski jezik i književnost, Komunikacijska psihologija, Informatika

Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

Učenici razvijaju marketinške vještine kroz razumijevanje osnovnih pojmova i strategija medijskog oglašavanja. Razlikuju vrstu promocije i procjenu njihovog uticaja na potrošače. Stiču sposobnost analize uspješnih i neuspješnih marketinških kampanja te kritički procjenjuju efektivnost različitih strategija u kontekstu prodaje. Razvijaju kreativnost i strateško razmišljanje kroz planiranje i osmišljavanje prodajnih aktivnosti, identifikaciju ciljne publike i prilagođavanje promotivnog pristupa. Kroz grupni rad i simulacije, unapređuju timsku saradnju, komunikacijske i pregovaračke vještine. Ove kompetencije omogućavaju im da koriste marketinške alate za povećanje prodaje.

PK5 – Učenje i podučavanje

Učenje i podučavanje se temelji na savremenim pedagoškim metodama koje omogućavaju učenicima da razviju praktične vještine, kritičko razmišljanje i profesionalne kompetencije potrebne za rad u sektoru prodaje. Nastava se kombinuje kroz teorijska predavanja, praktične vježbe, projektne zadatke i simulacije prodajnih situacija, što učenicima omogućava neposrednu primjenu stečenih znanja u realnim poslovnim situacijama.

Poseban naglasak stavlja se na aktivno učenje kroz praktične zadatke i analizu stvarnih prodajnih situacija, čime se podstiče samostalnost i odgovornost učenika. Interdisciplinarni pristup povezuje znanja iz matematike, informatike i ekonomije, omogućavajući bolje razumijevanje prodajnog procesa, dok se razvoj digitalnih kompetencija ostvaruje radom na savremenim blagajničkim sistemima, POS terminalima i softverima za vođenje prodajne dokumentacije. Učenici unapređuju komunikacijske vještine kroz interakciju sa kupcima, prezentacije i timske zadatke, a posjete prodajnim objektima i saradnja sa poslovnim subjektima pružaju im dragocjeno iskustvo iz prve ruke.

Nastava je prilagođena različitim stilovima učenja primjenom vizuelnih, auditivnih i kinestetičkih metoda, čime se svakom učeniku omogućava maksimalno iskorištavanje potencijala. Grupni projekti, analize tržišta i radionice podstiču timski rad i razmjenu ideja, dok se interaktivnost i angažovanost učenika dodatno povećavaju upotrebom savremenih nastavnih materijala, digitalnih resursa i multimedijalnih sadržaja. Proces učenja kontinuirano se prati kroz formativno vrednovanje, povratne informacije i samoevaluaciju učenika.

PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu

Vrednovanje obuhvata procjenu praktičnih i teorijskih znanja učenika, njihove sposobnosti analize prodajnih procesa te samostalnog praćenja vlastitog napretka. Učenici demonstriraju blagajničko poslovanje, evidentiraju transakcije, vode prodajnu dokumentaciju i analiziraju prodajne podatke.

Teorijsko znanje procjenjuje se putem testova, kvizova i usmenih odgovora, dok analiza studija slučaja omogućava procjenu sposobnosti prepoznavanja problema u prodajnim procesima i predlaganja rješenja. Portfolio učenika, koji sadrži prodajne strategije, analize tržišta, predračune i ponude, dokumentuje njihov razvoj tokom nastavne godine.

Kroz samoevaluaciju i vršnjačko vrednovanje učenici procjenjuju svoj napredak i razmjenjuju mišljenja kako bi poboljšali svoje vještine. Vrednovanje se provodi kroz tri pristupa. Vrednovanje za učenje (formativno) podrazumijeva kontinuirano praćenje napretka učenika, analizu grešaka i prilagođavanje nastavnih metoda njihovim potrebama. Vrednovanje kao učenje uključuje učenike u proces vrednovanja kroz praktične projekte i grupne aktivnosti, dok vrednovanje naučenog (sumativno) obuhvata završne testove, ocjenjivanje praktičnih radova i procjenu sposobnosti primjene stečenih znanja u različitim poslovnim situacijama.

Kriteriji vrednovanja su obavezni bez obzira šta se vrednuje i trebaju biti dostupni učenicima.