

Nastavni program za predmet:	SOCIOLOGIJA U BIZNISU
Odsek – smer:	Marketing i trgovina – svi smerovi
Ciljevi predmeta:	<i>Osposobljavati studente da prilaze, izučavaju i rešavaju socio-psihološke probleme biznisa, studirajući teorijsko i praktično, sopstveno, tuđe i svetsko, civilizacijsko i naučno iskustvo u toj oblasti. Studiraju se ona područja socio-psihološkog pristupa koja su relevantna za stvaranje stručnog iskustvo.</i>
Programski sadržaj:	
<i>DRUŠTVO I BIZNIS:</i> Osnovna teorijsko-konceptualna područja sociologije u biznisu. Pristup biznisu: (poslovna filozofija, strategija, poslovna politika, osnovne sociološke teorije i metodologija). Socio-psihološka obeležja biznisa (generička, etiološka, strukturna, dinamička i funkcionalna osnova). Osnovni elementi biznisa (ljudski rad, oruđa i predmeti rada, uslovi, pravila i rezultati). Biznis i pojedine sfere društvene reprodukcije i društvene delatnosti. Materijalna struktura društva i biznisa (prirodna okolina, čovek, oruđa, predmeti, tehnika i tehnologija). Organizaciona struktura društva i biznisa (društvene - poslovne uloge, položaj, ugled i moć). Društvene skupine u biznisu (poslovne grupe, kategorije, zajednice, organizacije, institucije i sistemi). Savremeno društvo - globalno društvo. Oblici društvene svesti - društvo i biznis. Porodica i porodični odnosi u biznisu i društvu. Preduzetnik, menadžer, preduzeće, korporacija, poslovni sistemi i drugi poslovni subjekti u biznisu. Biznis i svojina (privatna, državna, zajednička, javna, kolektivna, lična i sl.).	
<i>DRUŠTVENE PROMENE I POJAVE I SOCIOPSIHOLOŠKA OSNOVA POSLOVANJA:</i> Društvena dinamika i poslovanje (progres, regres, stagnacija, evolucija, revolucija). Društvena pokretljivost - socijalna sigurnost i poslovanje. Mikro i makro integracije. Globalizacija, tranzicija i sl. Poslovni kontakti, poslovni odnosi i poslovno ponašanje. Partnersko, korporativno ponašanje i ponašanje potrošača, konkurencija. Organizaciono ponašanje u biznisu. Poslovna kultura i poslovanje. Etika biznisa - poslovni moral. Odnos s javnošću u biznisu. Sociološke determinante i implikacije preduzetništva i poslovanje. Poslovne i masovne komunikacije. Sociopsihološke dimenzije pojedinih poslovnih funkcija.	
Oblici nastave:	
Obaveze studenata:	
Način provere znanja:	
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grupa autora: «<i>Sociologija u biznisu</i>» 2. James E Post, Anne T Lavrence, James Weber > <i>Business and Society</i> 3. Prof. dr A. Videnov: «<i>Preduzetništvo i poslovne komunikacije</i>»