



**TEHNOLOGIJA, INFORMATIKA I OBRAZOVANJE
ZA DRUŠTVO UČENJA I ZNANJA**

6. Međunarodni Simpozijum, Tehnički fakultet Čačak, 3–5. jun 2011.

**TECHNOLOGY, INFORMATICS AND EDUCATION
FOR LEARNING AND KNOWLEDGE SOCIETY**

6th International Symposium, Technical Faculty Čačak, 3–5th June 2011.

UDK: 37:005

Stručni rad

**ZNAČAJ HARKINSKOVIH STAVOVA U OBRAZOVANJU
MENADŽERA U MEDIJIMA¹**

Olja Arsenijević², Goran Bulatović³, Ljiljana Lj. Bulatović⁴

Rezime: *Veći deo učenja o menadžmentu posvećen je rešavanju problema koje studentima daju profesori. Studentima menadžemnta se ne predaje niti se uče kako da uzimaju i razmatraju probleme. U ovom radu govorićemo o značaju Harkinsovih stavova u obrazovanju menadžera u medijima sa primerom dobre prakse na Fakultetu za menadžment.*

Ključne reči: *obrazovanje za menadžent u medijima, Harkinsovi stavovi, savremen kurikulum.*

**THE IMPORTANCE OF HARKINS' ATTITUDES OF MANAGERS
IN THE MEDIA**

Summary: *Educational programs at universities do not contribute to the development of personnel who would be adjusted to modern conditions and answered all the demands of modern business. Much of learning about management is dedicated to solving problems that professors give to students. Management students are not taught how to take and discuss problems. In this article we will talk about the importance of Harkins' attitudes of media managers' education, with an example of a good practice at the Faculty of Management.*

Key words: *Management education in the media, Harkins views, modern curriculum.*

¹ U radu se saopštavaju rezultati istraživanja na projektu "Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene" (Projekat br. 47020) koji se realizuje uz finansijsku podršku Ministarstva za nauku, tehnološki razvoj i obrazovanje Republike Srbije.

² Doc. dr Olja Arsenijević, Fakultet za menadžment, Vase Stajića 6, Novi Sad, E-mail: arsenijevicolja@gmail.com

³ Doc. dr Goran Bulatović, Fakultet za menadžment, Vase Stajića 6, Novi Sad, E-mail: kokacns@gmail.com

⁴ mr Ljiljana Lj. Bulatović, Fakultet za menadžment, Vase Stajića 6, Novi Sad, E-mail: bulatovic@famns.edu.rs

1. UVOD

Obrazovanje za menadžment u medijima ne uspeva da adekvatno pripremi studente za menadžersku praksu. Mnogi smatraju da osnovni nedostatak u učenju o menadžmentu u medijima nije šta se predaje, već kako se predaje. Kada se govori o obrazovanju za menadžment ne mogu se zaobići stavovi A. Harkinsa.

2. HARKINSOVI STAVOVI O OBRAZOVANJU MENADŽERA

Stavovi A. Harkinsa [1] za obrazovanje menadžera, pa i menadžera u medijima, podrazumevaju sledeće sposobnosti i veštine:

1. Informatičke veštine

Osobnosti informatičkog društva zahtevaju promene u prosvetnim modelima i primenu novih interaktivnih i daljinskih nastavnih metodologija koje na sveobuhvatan način koriste informacione i komunikacione tehnologije.

Kasnih pedesetih otvoreni univerzitet i učenje na daljinu iznenada su se počeli primenjivati. Najznačajniji je bio početak rada *Open University of the United Kingdom*, koji je munjevito donosio obrazovanje kroz tekstove za samostalno učenje i vežbanje, televizijsko i učenje na daljinu, na novi način. Sledili su zatim *TeleKole of Germany*, *Teleuniversite du Quebec*, *The Chinese National Television University*, *The Know Network of the West of Telecommunications University*... Činjenica da je ideja o obrazovanju baziranom na medijima, organizovana po sistemu daljinskog učenja, koja obuhvata veliki broj slušalaca, a niske cene koštanja, naišla na veoma dobar odziv. [2]

Dvadesetak godina kasnije, pojavom Interneta, postaje sasvim jasno da je to idealan alat za podršku ovakvom vidu obrazovanja kroz interaktivni elektronski medijum. Uz satelitski podržane komunikacije u mreži i jeftine računare koji imaju ulogu mrežnih terminala, i novi obrazovni softver zasnovan na multimediji, Internet je postao idealan medij za obrazovanje na daljinu. [3] Ovaj sistem nastavlja da se razvija i poboljšava iz dana u dan. Artur Klark, vizionar i tvorac komunikacionih satelita sugerise da bogata kombinacija profesora, novih sistema za učenje i interaktivnih medija predstavlja ključ obrazovnih sistema budućnosti. Ideja mu je bila ne da ukloni učitelje, već da ih ojača jednim novim, snažnim alatom kao što je elektronski tutor. [4]

Interaktivnost u procesu učenja koju omogućavaju novi mediji kao što su računari računarske mreže, multimedija i multimedijalni softveri su poseban kvalitet koji omogućuje novi pristup obrazovanju i realizaciji nastave. Prema *Interactiv Learning Federation* interaktivno učenje je učenje korišćenjem multimedijalnog pristupa u kome je student centar, tj. subjekt u nastavi. [5]

Ciljevi interaktivne tehnologije i nastave bazirane na njoj su: povećanje racionalnosti delovanja nastavnika u organizovanju i realizaciji nastavnog procesa, povećanje efikasnosti učenja studenata, povećanje efikasnosti celokupnog obrazovnog procesa. [3] Interaktivna tehnologija treba da omogućí: ubrzanje procesa učenja, stvaranje odgovarajućeg okruženja za učenje, pogodniju prezentaciju informacija, nove strategije učenja, individualnu brzinu

napredovanja, objektivnu i sistematsku kontrolu uspeha učenja, samokontrolu rezultata učenja, individualizaciju nastavnog procesa, programiranu nastavu (upravljanje aktivnošću učenika), biranje raznih strategija predavanja. [3]

Veštine produkcije znanja

Samo sticanju znanja omogućava, kao individualna i socijalna praksa delovanja, u svom zamahu, otkrivanje, razvoj i proveravanje novih mogućnosti, novih misaonih i delatnih kompetencija. Pritisak promena dovodi u pitanje ograničenje: kultura učenja i njena objektivizacija stvaraju veze između različitih sfera i svetova života, između privatnosti i javnosti, čine institucionalizovana mesta kulture i učenja propustljivim za socijalno i tržišno okruženje. Time se oslobađaju novi potencijali[6] i nastaje tenzija učenja. Ona predstavlja novi mentalni imidž, psihičku tenzija u mozgu, glad za informacijama.

Ako se čovek nalazi u pravim ulogama a ima lične ambicije i sposobnosti da ih ostvari, tada će imati visoku tenziju učenja iz koje će nužno proistići kreiranje novih znanja.

Svako, ko je voljan da ulaže u sebe, sposoban je da transformiše **moć učenja u moć promena**. Kada je već jednom nešto naučio, čovek mora učiniti nešto sa tim znanjem – primeniti ga. Kada počne da ga primenjuje počinje sa inovacijama. [7]

Veštine razmene znanja

Karl Erik Svejbi kaže da se znanje deljenjem udvostručuje. Ovo je veoma važna činjenica, posebno ako znamo da je timski rad imperativ nove ekonomije znanja.

"Timsko učenje je proces usklađivanja, razvoja sposobnosti tima da funkcioniše kao cjelina, da misli i djeluje na nov sinergijski način te da kreira rezultate koje njegovi članovi istinski žele. Fokusira se na sposobnost grupnog učenja. Odrasli najbolje uče jedni od drugih, promišljanjem, ispitivanjem pretpostavki, primanjem feedbacka (povratne informacije) od tima i iz svojih rezultata. S timskim učenjem sposobnost učenja grupe postaje veća nego sposobnost učenja bilo kojeg pojedinca u grupi. Ostvaruje se kroz dijalog i produktivnu diskusiju, a rezultira promjenom načina razmišljanja. (Omogućava dvostruki krug učenja). [8]

Veština razmišljanja

Sposobnost interpretacije i stvaranja ličnog značenja iz stotina, i više verbalnih i vizuelnih informacija koje u svakodnevnom životu primamo vrlo je važno za svakog menadžera.

Menadžersko opismenjavanje nije samo skup znanja; pre je veština, način razmišljanja. Suština menadžerske pismenosti nije u pamćenju činjenica i statističkih podataka o poslu, već u sposobnosti postavljanja pravih pitanja o onome što se gleda, čita ili sluša. Ono pomera diskurs od samog prepoznavanja i shvatanja informacija ka višem nivou veštine kritičkog razmišljanja kroz posmatranje, analiziranje i procenu informacija.

Veštine inventivnosti

Slobodno tržište primorava firme na inoviranje, kao i na ubrzano širenje tehnologije kroz celu privredu. Promena podrazumeva ideju da se postupi drugačije, da se nešto izmeni, ili zameni nečim drugim, što ne mora biti nešto novo. Bomo razlikuje inventivnost (izum) i inovativnost (stvaranje prilika za profitabilnu primenu i potragu za takvim prilikama sve do njihovog prihvatanja u praksi) : „Moja glavna tvrdnja ovde je da najoštija razlika između prototipa kapitalističke privrede i drugih privrednih sistema leži zapravo u pritiscima slobodnog tržišta koji prisiljavaju firme na konstantan proces uvođenja inovacija, jer to za mnoge od njih postaje pitanje života i smrti“[9].

Veštine paradigmatičnog mišljenja

Veštine paradigme su takve sposobnosti koje omogućavaju ljudima da gledaju na svet vrlo široko, ali na povezan način. Ove sposobnosti su značajne u vremenu kada se svet brzo menja, kada nastaju novi savezi kulture i ideologije. Stoga je i Peter Senge stvorio novu paradigmu o sistemskom mišljenju i mentalnim modelima nazvavši je *peta disciplina*. [10] Sistemsko mišljenje predstavlja kamen temeljac svake učeće organizacije. To je sposobnost sagledavanja "velike slike", interrelacija sistema, proučavanja kontinuiranih procesa umesto (jednostavnih) detalja.

Veštine rešavanja problema

U menadžmentu problemi obično treba da budu izvučeni iz kompleksne, nestrukturirane, haotične situacije. To je moguće naučiti samo kroz praksu i to pod mentorstvom nekoga ko zna kako se to radi. [11]

Rad u učionici na studijama slučaja ima za cilj da obezbedi praksu. Ovo, pak, ne može biti sasvim uspešno. Ovako izvučeni primeri su samo destilovani opisi stvarnog biznisa i uključuju samo one karakteristike realnosti za koje oni koji ih pripremaju smatraju da su bitne. A upravo je odlučivanje o tome šta je bitno osnovni deo razmatranja problema. Student može naučiti da identifikuje, formuliše i reši probleme tako što će biti suočen sa surovom realnošću biznisa.

Učenje o menadžmentu u medijima bi trebalo da obavezuje profesore i studente da rade sa odgovornim menadžerima kako bi identifikovali probleme sa kojima se menadžeri suočavaju i to u sredini u kojoj oni i nastaju.

Jedan od načina na koji se budući menadžeri mogu kvalitetno obrazovati za svoj posao je obrazovanje na poslu menadžera – učionica u kancelariji. Organizovanje grupa za diskusiju na radnom mestu koje bi mogle biti posvećene prezentaciji i razgovoru o problemima sa kojima se trenutno suočavaju menadžeri. Kroz živu diskusiju, moglo bi se doći do rešenja problema. I profesori i studenti bi imali višestruku korist od ovakvog načina rada. Naučili bi, između ostalog, i zašto mnogi alati i tehnike koji se predaju studentima nisu korisni i postali bi svesni tipova problema za koje ne postoji relevantno i efektivno znanje. [11] Studenti bi mogli da postavljaju kritička pitanja. Naučili bi kako da uzimaju probleme, a ne

samo da rešavaju one koji su im dati. Takođe bi naučili i koliko je važno da se tačno formuliše problem, nekad čak i važnije od samog rešenja.

Sposobnost vrednovanja nauke

Naučnoistraživačke organizacije nisu organizovane tako da mogu uspešno da posluju na tržištu. Privatni sektor, po pravilu, uvek pokazuje veću efikasnost, fleksibilnost i poslovnost. Najjednostavnije rešenje je da naučnoistraživačke organizacije uspostave saradnju sa preduzećima koja bi plasirala na tržište rezultate istraživačkih i razvojnih projekata koji se rade u naučnim institutima. Nažalost, kod nas nema mnogo preduzeća zainteresovanih ili osposobljenih za takvu saradnju, naročito medijskih. [12]

Sposobnost vrednovanja tehnologije

Bomol u svojoj knjizi argumentaciju za sposobnost vrednovanja tehnologije svodi na tezu da preduzeća imaju jake razloge za širenje svoje tehnologije, kao i da postoje snažni stimulanasi za formiranje neformalnih konzorcijuma za tehnologiju. Bomol ukazuje na podsticaje doborovljnom širenju patentne tehnologije, to jest pokazuje da je kooperativno ponašanje racionalna strategija za sve učesnike. On dokazuje da firme koje udružuju inovacije stiču prednost nad firmama koje zavise samo od sopstvenih resursa u istraživanju; svaki učesnik u tehnološkom konzorcijumu ima snažan podsticaj da se pridržava sporazuma i da svojim partnerima pruži puni pristup informacijama u oblasti patentne tehnologije; članstvo u tehnološkom konzorcijumu obezbeđuje dodatni stumulans firmi članici da ulaže u inovativnu aktivnost; rezultat je obično doprinos javnoj dobrobiti (inovatori stvaraju pozitivne eksterne efekte bez kojih ne bi bilo napretka društva). [12] Dakle, umeti snaći se u poslu u kojem tehnologija nije više mehanička i vidljiva, nego misaona, intelektualna, a najčešće intuitivna, sa puno rizika i samim tim stresna – sposobnost vrednovanja tehnologija je od odlučujućeg značaja.

Veština upravljanja emocijama

Emocionalna kompetencija ne znači razuzdavanje emocija – puštanje da sve budu očigledne i da usmeravaju naše ponašanje. Umesto toga, znači kontrolu emocija tako da se one pojavljuju prikladno i efikasno, te tako omoguće ljudima da zajedno radeći, bez problema napreduju ka zajedničkom cilju.

Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja sopstvenih osećanja i osećanja drugih ljudi, motivisanja sebe i dobrog upravljanja emocijama u sebi i svojim odnosima

Osnovne lične i društvene kompetencije koje čine emocionalnu inteligenciju su: samosvest, samokontrola, motivacija, empatija: društvene veštine.

Etičke sposobnosti

Biznis predstavlja skup ljudi i organizacija čiji je osnovni cilj i motiv profit. Za njegovo ispunjenje potrebno je mnoštvo elemenata i odnosa. Sve se odvija u okruženju i zbog njega. Okruženje se sastoji od mnogobrojnih interesnih grupa i institucija - različito organizovanih. U odnosima između okruženja i biznisa, kada su interesi u konfliktu, javlja

se problem regulisanja, usklađivanja, postizanja kompromisa. Sukobi se prvenstveno regulišu putem prava. Pravom se postavljaju opšta pravila kojih se svi moraju pridržavati (pod pretnjom sankcije), mada je ono često uopšteno, pa se dešava da mnogima neka prava budu uskraćena. Pravno regulisanje neke problematike predstavlja trom mehanizam. U međuvremenu se javlja neželjeni vakuum, kada na scenu stupa poslovna etika – kao predstava o pravilnosti pojedinačnih ponašanja, odluka ili postupaka ljudi zaposlenih u preduzećima ili drugim poslovnim subjektima u domenu ekonomije. Ona uočava/uspostavlja razliku između pravnih/moralnih suprotnosti.

Mnoge kompanije su formulisale interne politike koje se tiču etičkog ponašanja zaposlenih. Ove politike mogu biti kratke, napisane veoma uopštenim jezikom i tada su poznate kao "izjava o korporativnoj etici" (corporate ethics statement). Ako je politika detaljna i sadrži specifične zahteve o ponašanju zaposlenih, onda se ona zove "korporativni etički kod" (corporate ethics code). Cilj ovakvih politika je da identifikuju očekivanja koja kompanija ima o svojim zaposlenim i da pruže "linije vodilje" (osnovnu pomoć) u rešavanju uobičajenih etičkih problema koji mogu nastati u poslovanju. Smatra se da postojanje ovakvih politika vodi do veće etičke svesnosti, čime se izbegavaju etičke katastrofe. Neke kompanije čak zahtevaju od svojih zaposlenih da potpišu ugovor kojim se obavezuju da će poštovati kompanijski etički kod. Sve veći broj kompanija zahteva od svojih zaposlenih da posećuju seminare koji se bave biznis etikom, na kojima se obično govori o kompanijskim politikama, analizi stvarnih etičkih katastrofa nastalih u nekim kompanijama i osnovnim zakonskim zahtevima.

Socijalne veštine

Socijalne veštine su «sposobnosti prilagođavanja i pozitivnog ponašanja koje omogućuju osobama da se uspešno nose sa zahtevima i izazovima koje pred njih postavlja život svakoga dana» (definicija Svetske zdravstvene organizacije WHO). Ova definicija se odnosi na veliku grupu psihosocijalnih i međuljudskih veština koje menadžerima mogu pomoći da se nose sa zahtevima i izazovima koje pred njih postavlja posao i život. Odnosi se i na veštine koje pomažu psihosocijalni i socijalni razvoj, koji obuhvata donošenje odluka i rešavanje problema, kreativno i kritičko mišljenje, komunikaciju i međuljudske odnose, svest o sebi, i nošenje sa emocijama i uzrocima stresa koje mogu pomoći da vode zdrav i produktivan život. Socijalne veštine nisu vezane za specifičan posao, već se nalaze u osnovi uspešnog obavljanja bilo kog posla. One se primenjuju u svim radnim okruženjima i mogu se lako prenositi iz jedne oblasti ljudskog rada na druge. One olakšavaju snalaženje u savremenom svetu poslova, usmenu i pisanu komunikaciju, otkrivanje i izbor poslova koji odgovaraju čovekovim sposobnostima i potencijalima. Stoga je veoma važno buduće menadžere naučiti: sistematičnom planiranju razvoja karijere, snalaženju u promenama koje se dešavaju u našem društvu, sposobnosti prilagođavanja u toku rešavanja problema, kreativnom mišljenju, efikasnom upravljanju vlastitim resursima, timskom radu, uspešnom vodenju tima, upravljanju ličnim razvojem.

Znanje stranog jezika

Obrazovani menadžeri bi trebalo da znaju barem dva svetska jezika. Razvoj tržišta, a sanjim i transnacionalnih kompanija i globalizacija nameću ovu činjenicu kao neminovnost

i imperativ. Stoga bi u obrazovanju svakog menadžera učenje stranih jezika trebalo da predstavlja jednu od najvažnijih obrazovnih aktivnosti.

Razumevanje problema zaštite životne sredine

Razvijanje i širenje ekološke svesti uz pridržavanje osnovnih postulata održivog razvoja implicira i uvođenje ekološkog menadžmenta na svim nivoima. Razvojem malih i srednjih preduzeća postižu se mogućnosti bržeg prilagođavanja promenama, kao i mogućnosti razvoja njihovog odgovarajućeg ekološkog menadžmenta. Posmatrano u globalu, čovečanstvo predstavlja i dalje potrošačko društvo - čija merila kvaliteta i boljitka života se ogledaju u profitu i (nesavesnom) kvantitativnom povećanju proizvodnih aktivnosti, a radi zadovoljavanja težnje za novim, modernijim, prestižnijim - "boljim" proizvodima. Posledično, javile su se glavne ekološke input i output-krize. [13] S jedne strane, ove ekološke input i output-krize, kao i sporadične ekološke katastrofe, nametnule su ljudskoj civilizaciji problematiku životne sredine i neophodnost njenog rešavanja (ako želi da preživi kao vrsta), odnosno potrebu za pridržavanjem koncepta održivog razvoja, a samim tim i razvoja ekološkog menadžmenta. S druge strane, razvoj malih i srednjih preduzeća (kao jedan od vidova prelaska na efikasan sistem poslovanja), pruža neiskorišćene rezerve za izmenu organizacione i upravljačke strukture, a samim tim i za korišćenje univerzalnih prednosti privatnog vlasništva (motivisanost i preduzimljivost) - koje pružaju adekvatne mogućnosti za zadovoljavanje sve oštrijih zahteva ekološki osvešćenih tržišta - uz primenu ekološkog menadžmenta.

Veštine održavanja zdravlja

„U zdravom telu, zdrav duh“.

Menadžerska profesija je jedna od najstresnijih. Stoga je psihofizička ravnoteža i zdravlje od suštinske važnosti za tu profesiju.

Podizanje nivoa kulture

Kultura kao koncept ima dugu istoriju. Bila je upotrebljavana kao reč da označi sofisticiranost kada kažemo za nekog da je veoma kulturan, te kod antropologa da označi običaje i rituale za socijalni razvoj u istoriji. U poslednjoj dekadi neki organizacioni istraživači i menadžeri je upotrebljavaju da označe klimu i učešće organizacionog razvoja oko njihovog rukovođenja ljudima, ili da izveste o izraženim vrednostima i kao credo (moto) za jednu organizaciju. Stoga svaki menadžer treba da podiže svoj nivo kulture učeći o sopstvenoj kulturi, kao i o kulturama drugih naroda i konfesija. Jedino na taj način biće u stanju da razume i bez predrasuda komunicira sa poslovnim partnerima i svojim zaposlenima.

3. STUDIJA SLUČAJA STUDIJSKOG PROGRAMA MENADŽMENT U MEDIJIMA NA F@M-U

Za potrebe ovog rada analizirali smo stuijski program Menadžment u medijima na Fakultetu za menadžment. Analizirajući planove i programe predmeta došli smo do sledećih nalaza: studije na pomenutom studijskom programu na Fakultetu za menadžment su četvorogodišnje; na sve četiri godine studija ima ukupno 24 predmeta; predmeti prve i

druge godine studija su jednosemestralni; predmeti treće i četvrte godine su trimestralni; engleski jezik se sluša sve četiri godine.

Opšte-obrazovni predmeti su: informatika, psihologija, sociologija, ekologija i kvalitet života, engleski jezik.

Opšte-stručni predmeti su: osnove menadžmenta, uvod u medije, komuniciranje 1, poslovna etika, marketing, organizacija i ekonomika medijskih preduzeća, studije modernosti, upravljanje promenama, upravljanje ljudskim resursima, strategijski menadžment,

Usko-stručni predmeti su: štampa, radio i televizija, komuniciranje 2, komuniciranje 3, PR i PS, upravljanje projektima, multimedija, stručna praksa.

Analizom planova i programa studijskog programa Menadžment u medijima Fakulteta za menadžment došli smo do zaključka da su od Harkinsovih stavova o obrazovanju za menadžment zastupljeni sledeći: kod opšte-obrazovnih predmeta – informatičke veštine, veštine razmišljanja, znanje stranog jezika, veštine održavanja zdravlja i razumevanje problema zaštite životne sredine, podizanje nivoa kulture, kao i socijalne veštine; kod opšte-stručnih predmeta – socijalne veštine, veštine razmišljanja, podizanje nivoa kulture, produbljivanje znanja stranog jezika, veštine rešavanja problema, veštine inventivnosti, sposobnost vrednovanja tehnologije, veštine upravljanja emocijama, etičke sposobnosti; kod usko-stručnih predmeta – veštine razmišljanja, veštine paradigmatičkog mišljenja, socijalne veštine, veštine rešavanja problema, sposobnost vrednovanja nauke i tehnologije, podizanje nivoa kulture, informatičke veštine, razumevanje problema zaštite životne sredine, veštine održavanja zdravlja, veštine produkcije i razmene znanja, veštine inventivnosti.

Iz analiziranih planova i programa predmeta može se zaključiti da se znanja stiču iz različitih, ali kompatibilnih oblasti, koje omogućavaju da budući menadžeri u medijima budu uspešni u svom poslu: razvijaju svoje stvaralačke sposobnosti, sposobnosti komuniciranja, sposobnosti u oblasti ljudskih resursa, sposobnosti za timski rad i sposobnosti u oblasti odlučivanja i rešavanja problema

Nastavni plan i program je uravnotežen i simetričan, posebno među teorijskim predmetima. Praktični predmeti su, takođe, u fondu nastavnih časova, dobili zaslužen prostor. Konceptija obrazovnog procesa na Fakultetu ide za tim da se i svi teorijski predmeti «ožive» različitim oblicima praktične nastave.

Koncept, organizacija i sadržaj programa u velikoj meri usklađeni su sa situacijom u organizaciji, radnim mestima (ulogom) i zadacima. Učenje je podržano savremenim sredstvima komunikacije i video tehnikama. Praktikuju se jezičke forme treninga, jer je jasno da između jezika i radne delatnosti, a posebno menadžerske, postoji tesna veza.

Studenti treće i četvrte godine studija imaju obaveznu stručnu praksu u organizacijama jednom nedeljno po rasporedu časova (6-8 sati). Ipak, broj časova predavanja i vežbanja je izjednačen, te smatramo da je akcenat još uvek jači na kombinaciji kao procesu konverzije znanja (eksplicit u eksplicit).

4. UMESTO ZAKLJUČKA – OSNOVNE KARAKTERISTIKE SAVREMENO KONCIPIRANOG KURIKULUMA

Ovako, prema našem mišljenju, treba da izgleda savremeni koncept obrazovnog kurikulumu razvijen na bazi osnovnih pravila do kojih se došlo praksom i andragoško-didaktičkim istraživanjima. Koncept, organizacija i sadržaj programa se usklađuju sa

situacijom u organizaciji, radnim mestima (ulogom) i zadacima. Učenje se shvata kao proces u kome svaki polaznik ima aktivnu ulogu. Akcenat je na metodama samoučenja (rešavanja problema, vežbanja, komunikacije). Uloga predavača se menja. On je sve manje predavač, a sve više MODERATOR, INICIJATOR, MOTIVATOR. Stoga program treba koncipirati tako da podrazumeva što manje ex katedra predavanja. Kompleksne modele učenja treba podeliti na odgovarajuće sekvence i za svaku sekvencu birati odgovarajuće metode. Kod odabira metoda voditi računa da klasično predavanje usmereno na sadržaj, sve više ustupa mesto METODAMA USMERENIM NA POLAZNIKE, kao što su studije slučaja (case study), brain storming, poslovne igre (business game), igranje uloga (role playing) kreativne radionice i drugo. Učenje je podržano savremenim sredstvima komunikacije, video tehnikama. Praktikovati jezičke forme treninga, za razliku od tradicionalnog koncepta, jer savremene teorije učenja polaze od toga da između jezika i radne delatnosti postoji tesna veza). Najvažnije je da: predmet, situacija i metode obučavanja, budu što sličniji aktivnosti za koju se vrši obuka (ideal je da ono što se studira bude identično sa kasnijim aktivnostima na radu); Za uspešnu (kvalitetnu) realizaciju aktivnosti nije dovoljno jednokratno obučavanje. Nova praktična znanja i veštine treba uvežbavati-trenirati ponavljanjem istih radnji. To znači da treba planirati tako da odnos predavanja i vežbanja bude 30% : 70%; Planovi i programi treba da budu FLEKSIBILNI, što znači da daju mogućnost : prilagođavanja interesovanjima studenata i povezivanja različitih modula u integrisane celine.

Mišljenja smo da savremeni kurikulumi za obrazovanje menadžera za medije treba da sadrže sve elemente aktivne nastave. Time će se postići: da kombinaciju kao proces konverzije znanja (eksplicit u eksplicit) ne bude dominantna u procesu nastave, što je neodgovarajuće za potrebe poslovanja u dobu znanja, da socijalizacija (tacit u tacit) postane dominantan način sticanja znanja u toku redovnog obrazovanja, da internalizacija (eksplicit u tacit) bude dominantan način sticanja znanja na završnim godinama redovnih i poslediplomskim studijama, da sva četiri procesa konverzije znanja budu zastupljena u kvalitetnom obrazovnom sistemu za menadžment, da studenti stiču trajna i funkcionalno upotrebljiva znanja.

5. LITERATURA

- [1] Ristić, D, „Osnovi menadžmenta“, Cekom books i Fakultet za menadžment, Novi Sad, 2005. str. 374-381.
- [2] Pelton. J. N., «Cyberspace Versus the EndangereEfikasno individualno učenjed University: TEfikasniji vid učenjahe Prospects for 21 Century Education», zbornik radova Future Vision, World Future Society, 1996. str. 150-152.
- [3] Lovreković. Z., «Uloga informatičkih tehnologija u realizaciji novih modela u proizvodnom menadžmentu», doktorska disertacija, TF «Mihajlo Pupin», Zrenjanin, 2001.str. 87,
- [4] Rossman, P., «The Emerging Woarldwide Electronic University – Information Age Global Higher Education», Praeger, Westport, 1993. str. 105, 112.
- [5] Tapscott. D., «Digital Economy- Promise and Peril in the Age of the Networked Intelligence», McGraw-Hill, New York, 1996. str. 204.
- [6] Andevski, M. Ristić, D., “Znanje kao dobro i kao proizvod kulture učenja“, Inovaciona kultura u Srbiji – mit ili realnost, Fakultet za menadžment, Novi Sad, 2006.

-
- [7] Ristić, D. Arsenijević O. „Upravljanje promenama“ Fakultet za menadžment, Novi Sad, 2009.
 - [8] Raos, M, „Učeća organizacija“, Simpozijum Sailing through the rough waters of NGO management, Zagreb, 2002.
 - [9] Vilijam Bomol, „Inovativna mašinerija slobodnog tržišta: analiza čudesnog rasta u kapitalizmu“, CID, Podgorica, 2006.
 - [10] Senge., P., „The fifth discipline“ Courcey Doubleday, 1990, str. 156.
 - [11] Ekof, L. R, „Menadžment u malim dozama“, Grmeč, Beograd, 1997.str. 132.
 - [12] Kutlača, Đ. i Semenčenko, D, „Koncept nacionalnog inovacionog sistema“, Institut „Mihajlo Pupin“, Beograd, 2005. str.53.
 - [13] Petrović, R. N, „Ekološki menadžment i mala i srednja preduzeća“, Zbornik radova, SIMORG, Zlatibor, 2002. str. 717.