

| <b>Opće informacije</b>  |  |              |
|--|--|--------------|
| Nositelj predmeta  | Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec.v.pred.       |              |
| Naziv predmeta   | Poslovne komunikacije                                |              |
| Studijski program  | Preddiplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva |              |
| Status predmeta  | Obavezni   |              |
| Godina   | I  |              |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave   | ECTS koeficijent opterećenja studenata/polaznika     | 4            |
|  | Broj sati (P+V+S)                                    | 45 (30P+15V) |
| <b>1. OPIS PREDMETA</b>  |  |              |
| <i>1.1. Ciljevi predmeta</i>   |  |              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Savladati ključne elemente za poslovne odnose s poslovnim subjektima.</li> <li>2. Objasniti temeljne pojmove poslovnog pregovaranja.</li> <li>3. Objasniti ključne elemente primjene suvremenih tehnologija u poslovnom komuniciranju</li> <li>4. Oblikovati poslovno pismo.</li> </ol>  |  |              |
| <i>1.2. Uvjeti za upis predmeta</i>  |  |              |
| nema   |  |              |
| <i>1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet</i>   |  |              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Savladati ključne elemente za poslovne odnose s poslovnim subjektima.</li> <li>2. Znati prepoznati i nositi se sa promjenama u poslovnom u okruženju.</li> <li>3. Savladati oblikovanje i izradu poslovnih pisama.</li> <li>4. Upoznati ključne elemente primjene suvremenih tehnologija u poslovnom komuniciranju.</li> </ol>   |  |              |
| <i>a. Sadržaj predmeta</i>   |  |              |
| <p>TEORIJSKE OSNOVE KOMUNICIRANJA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poimanje komunikacije</li> <li>- Proces komuniciranja, oblici komuniciranja</li> <li>- Funkcije komunikacije.</li> </ul> <p>PREZENTACIJE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Priprema i održavanje prezentacije</li> <li>-Struktura prezentacije</li> <li>- Govornik i govorničke vještine</li> <li>- Pisanje teksta i oblikovanje prezentacije</li> </ul> <p>KOMUNIKACIJE U POSLOVNOJ ORGANIZACIJI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tijek komuniciranja u organizaciji</li> <li>- Uloga komunikacije u organizaciji</li> <li>- Odabir kanala komuniciranja</li> <li>- Vještina pregovaranja.</li> </ul> <p>POSLOVNE KOMUNIKACIJE I ETIKA</p> <p>KULTURA KOMUNICIRANJA U RAZLIČITIM SRREDINAMA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auditivna, Vizualna, Elektronička kultura</li> </ul> <p>UPRAVLJANJE KOMUNIKACIJSKIM PROCESIMA U ORGANIZACIJI</p> |  |              |

|  |     |  |  |                |  |                     |  |
|--|-----|--|--|----------------|--|---------------------|--|
| <p>- pojmovi formalnoga, neformalnoga, vertikalnoga i horizontalno/dijagonalnog komuniciranja, razlikovanje tipova i karakteristika komunikatora, potrebni uvjeti za uspostavu povjerenja i poticajne komunikacijske klime, komunikacijske ovlasti voditelja /menadžera i njegov utjecaj</p> <p>- prepoznavanje uzroka i vrsta komunikacijskih sukoba te stilovi njihova rješavanja.</p> <p>I. KOLOKVIJ –obuhvaća ishode 1 i 2.</p> <p>PISANE POSLOVNE KOMUNIKACIJE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrste poslovnih komunikacija</li> <li>- Uloga pisanih poslovnih komunikacija u različitim fazama poslovanja. Funkcije poslovnih komunikacija</li> <li>- Stilovi poslovnih komunikacija. Struktura pisanih poslovnih komunikacija. Oblikovanje poslovnih komunikacija.</li> </ul> <p>KOMUNICIRANJE U KOMERCIJALNOM POSLOVANJU</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Upit, ponuda, narudžba, ugovor o prodaji. Prigodne poslovne komunikacije.</li> </ul> <p>KOMUNICIRANJE U KOMERCIJALNOM POSLOVANJU II</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamolba za zaposlenje. Životopis.</li> <li>- Vježbe poslovno pismo</li> <li>- Vještine pregovaranja</li> </ul> <p>II. KOLOKVIJ –obuhvaća ishode 3 i 4.</p> |     |  |  |                |  |                     |  |
| <i>b. Vrste izvođenja nastave</i>  |     | <input checked="" type="checkbox"/> Predavanja<br><input type="checkbox"/> Seminari<br><input checked="" type="checkbox"/> Vježbe<br><input type="checkbox"/> Terenska nastava<br><input type="checkbox"/> Samostalni zadaci<br><input type="checkbox"/> Multimedija i mreža<br><input type="checkbox"/> Laboratorij<br><input type="checkbox"/> Mentorski rad |  |                |  |                     |  |
| <i>c. Komentari</i>  |     |  |  |                |  |                     |  |
| <i>d. Obveze studenata</i>   |     |  |  |                |  |                     |  |
| <p>Student polaže ishode učenja putem dva kolokvija u za to predviđenim terminima kako slijedi: ishode 1 i 2 polaže u 7. tjednu nastave, ishode 3 i 4 polaže u 15. tjednu nastave kroz pisane ispite pitanja su tipa višestruki izbor i nadopunjavanje praznina u rečenici. Polaganjem ishoda 1 do 4 studenta može sakupiti 70% ocjenskih bodova,30 %bodova studenti ostvaruju izradom prezentacije i vježbi na kolegiju. Studenti koji ne polože ishode putem kolokvija imaju pravo polaganja na ispitnim rokovima.</p> <p>Redoviti studenti za uredno ispunjavanje obveza moraju pohađati 90% predavanja i vježbi.</p>   |     |  |  |                |  |                     |  |
| <i>e. Praćenje rada studenata</i>  |     |  |  |                |  |                     |  |
| Pohađanje nastave  | 0,5 | Aktivnost u nastavi  |  | Seminarski rad |  | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit  | 2   | Usmeni ispit   |  | Esej           |  | Istraživanje        |  |

|  |  |                              |  |              |     |               |   |
|--|--|------------------------------|--|--------------|-----|---------------|---|
| Projekt  |  | Kontinuirana provjera znanja |  | Referat      |     | Praktični rad | 1 |
| Portfolio  |  |                              |  | Radni zadaci | 0,5 |               |   |
| <i>f. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata/polaznika tijekom nastave i na završnom ispitu</i>   |  |                              |  |              |     |               |   |
| <p>Pozitivna ocjena znači da je student:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ostvario minimalni broj dolazaka na nastavu</li> <li>Položio sve ishode učenja</li> <li>Zadovoljio na praktičnom dijelu nastave (vježbe)</li> </ul> <p>Studenti koji su sakupili 49 i manje ocjenskih bodova tijekom akademske godine moraju ponovno upisati kolegij sljedeće akademske godine</p> |  |                              |  |              |     |               |   |
| <i>1.10. Obvezatna literatura</i>  |  |                              |  |              |     |               |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baburić Vranešić, M., Materijali s predavanja</li> </ul> <p>Ožanić, M.: Poslovna pisma ili Kako napisati učinkovito poslovno pismo, Školska knjiga, Zagreb, 2009.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• C. L. Bovée, J. V. Thill.: Suvremena poslovna komunikacija, Mate d.o.o,2012.</li> </ul>  |  |                              |  |              |     |               |   |
| <i>1.11. Dopunska literatura</i>   |  |                              |  |              |     |               |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fox, R.: Poslovna komunikacija, Hrvatska sveučilišna naklada, Pučko otvoreno učilište - Zagreb, Zagreb, 2006.</li> <li>• Rouse, M.J., Rouse, S.: Poslovne komunikacije: kulturološki i strateški pristup, Masmedia, Zagreb, 2005.</li> <li>• Coates, G. (2009). Notes on Communication. Wanterfall Online</li> </ul>                          |  |                              |  |              |     |               |   |
| <i>1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>   |  |                              |  |              |     |               |   |
| Praćenje zadovoljstva studenata tijekom nastave, studentske ankete.  |  |                              |  |              |     |               |   |