

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar			
102969	Poslovno komuniciranje	Obvezni	1			
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	120	6
	30	0	30	0		
Nastavnik	doc.dr.sc. Željka Bagarić prof.dr.sc. Jadranka Lasić-Lazić					
Suradnik	dr. sc. Ivana Stanić, asist.					
Cilj predmeta	Cilj predmeta je osposobiti studentice i studente za učinkovitu uporabu metoda, tehnika i stilova komuniciranja u poslovnim komunikacijama analognog i digitalnog okruženja, ovladavanje poslovnim komunikacijskim vještinama kao i upoznavanje s obilježjima profesionalnog i kulturnog u poslovnoj komunikaciji, organizacijskom kulturom, s etikom neškodljivosti i estetskim kriterijima poslovnog okruženja i komunikacijskog konteksta.					
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razumijevanje oblika, modela, mreža i izazova poslovnog komuniciranja 2. Razumijevanje koncepta kulture, etičkih i interkulturalnih dimenzija i osobitosti u poslovnoj komunikaciji. 3. Ovladavanje timskom i interpersonalnom komunikacijom te učinkovito upravljanje informacijama. 4. Učinkovito planiranje, vođenje i vrednovanje intervjua i poslovnih sastanaka. 5. Učinkovito stvaranje i držanje poslovnih usmenih i online prezentacija. 6. Ovladavanje strategijom planiranja i kreiranja poslovnih poruka, pisama i sadržaja za društvene medije. 					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Prethodno položen (preddiplomski studij) ili odslušan odgovarajući razlikovni predmet.					
Vrste izvođenja predmeta	Auditorne vježbe Predavanja Samostalni zadaci		Komentari Timski rad na vježbama. Samostalne pisane zadaće e se vrednuju na nastavi.			
Obveze studenata	Aktivno sudjelovanje na nastavi i uredno izvršavanje obaveza/zadaća.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
Organizacija i komunikacija. Kultura i komunikacija. Modeli, oblici i mreže komunikacije	2					
Neverbalna komunikacija. Komunikacijske zapreke. Interkulturalna komunikacija. Osobne vrijednosti i etičke dimenzije poslovne komunikacije.	4		2			
Interpersonalna i timska komunikacija (poslovni bonton, vođenje sastanaka).	4		2			
Upravljanje informacijama (pretraživanje, analiza, sinteza i primjena). Vizualna komunikacija.	2		2			
Kolokvij 1	1					
Komunikacija i strategija.	2					
Poslovni intervju. Poslovna samoprezentacija (CV, motivacijsko pismo, prijave).	2		4			

Prezentacijske vještine (kontaktna, online prezentacija).	4	4
Kreiranje poslovnih dokumenata (poruke, pisma, memorandumi, izvještaji).	4	6
Pismena poslovna komunikacija u digitalnom okruženju (e-mail, blog, vlog, podcast).	4	4
Kolokvij 2	1	
Studentske prezentacije ocjenskih zadataka		6

Obvezna literatura	1. Michael J. Rouse, Sandra Rouse (2005.). Poslovne komunikacije, Masmedia, Zagreb.
Dopunska literatura	1. Courtlans L. Bovee&John V. Thill (2012.).Poslovna komunikacija suvremena, MATE, Zagreb. 2. Fox. R. (2006). Poslovna komunikacija, Hrvatska sveučilišna naklada, Rijeka. 3. Pease, Allan; Pease, Barbara. 2012.Velika škola govora tijela. Mozaik knjiga. Zagreb 4. Gnjata, V. (2003). Sastanci - interesno komuniciranje, Alinea, Zagreb.
Način provjere ishoda učenja	Pismeni elementi provjere:2 kolokvija (svaki nosi 25% bodova u ukupnoj ocjeni) i 2 zadatka (svaki nosi 5% u ukupnoj ocjeni). Kolokviji se sastoje od 10 pitanja koji se odnose na provjeru usvajanja znanja iz prethodno odslušanog teorijskog bloka. Zadaci se odnose na izradu individualne zadaće u okviru vježbi. Usmena provjera se odnosi na vrednovanje forme i sadržaja prezentiranih seminarskih zadataka prema unaprijed utvrđenim kriterijima (svaki 20%bodova u ukupnoj ocjeni). Studenti koji su zadovoljili uvjete za potpis, ali nisu ostvarili kriterije za pozitivnu ocjenu pristupaju pismenom i usmenom ispitu.
Završni / Diplomski rad	Da