Sveučilište Sjever

Diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar
274480	Poslovno komuniciranje	Obvezni	1

Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
	P	S	V	E-učenje		
Stručni	30	0	30	0		5

Nastavnik	prof.dr.sc. Zoran Tomić izv.prof.dr.sc. Gordana Lesinger
Suradnik	dr. sc. Antonia Tomaš, pred.
Cilj predmeta	Upoznavanje s obilježjima profesionalnog i kulturnog u poslovnoj komunikaciji, organizacijskom kulturom, s etikom neškodljivosti i estetskim kriterijima poslovnog okruženja i komunikacijskog konteksta. Osposobiti studentice i studente za učinkovitu uporabu metoda, tehnika i stilova komuniciranja u poslovnim komunikacijama analognog i digitalnog okruženja.
Ishodi učenja	1. Razumijevanje oblika, modela, mreža i izazova poslovnog komuniciranja 2. Razumijevanje koncepta kulture, etičkih i interkulturalnih dimenzija i osobitosti u poslovnoj komunikaciji. 3. Učinkovito planiranje, vođenje i vrednovanje intervjua i poslovnih sastanaka. 4. Učinkovito stvaranje i držanje poslovnih usmenih i online prezentacija. 5. 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	-
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. Gnjato, 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