

Diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima

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 30 0 30 0	120	6
Nastavnik	izv.prof.dr.sc. Željka Bagarić prof.dr.sc. Jadranka Lasić-Lazić prof.dr.sc. Miroslav Bača		
Suradnik	Antonija Mandić, asistentica		
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	1. Razumijevanje oblika, modela, mreža i izazova poslovnog komuniciranja 2. Razumijevanje koncepta kulture, etičkih i interkulturnih dimenzija i osobitosti u poslovnoj komunikaciji. 3. Ovladavanje timskom i interpersonalnom komunikacijom te učinkovito upravljanje informacijama. 4. Učinkovito planiranje, vođenje i vrednovanje intervjuja 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 (prediplomski 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
Organizacija i komunikacija. Kultura i komunikacija. Modeli, oblici i mreže komunikacije	2		
Neverbalna komunikacija. Komunikacijske zapreke. Interkulturna 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 sувремена, 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 seminarских 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	