

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
218283	Poslovno komuniciranje				Izborni	4
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	60	4
	30	30	0			
Nastavnik	izv.prof.dr.sc. Ana Globočnik Žunac prof.dr.sc. Goran Vojković					
Suradnik	Petra Kuhar, pred. Vito Turšić, v. pred.					
Cilj predmeta	Cilj kolegija je upoznati studente s temeljnim zakonitostima poslovnog komuniciranja i komunikacijskih procesa s kojim će se susretati u poslovanju. Tijekom kolegija studenti će razviti vještine uspješnog upravljanja poslovnim oblicima i modelima komunikacije u organizaciji usvojiti očekivane obrasce poslovnog ponašanja.					
Ishodi učenja	1. 1. analizirati komunikacijske elemente i procese s ciljem razumijevanja komunikacijske situacije 2. 2. upravljati interpersonalnim odnosima i konfliktima u poslovnom okruženju 3. 3. samostalno uspješno upravljati modelima pismene komunikacije 4. 4. identificirati primjerene strategije za specifičnu poslovnu strategiju					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine						
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice				Komentari	
Obveze studenata	Prisustvo predavanjima, seminarima, pozitivno ocijenjen praktičan rad, položen pismeni i usmeni ispit.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
Uvod u poslovno komuniciranje	2	2				
Elementi komunikacijskog procesa	2	2				
Modeli i oblici komunikacije	2	2				
Komunikacijske strategije	2	2				
Usmena komunikacija	2	2				
Sastanci	2	2				
Pismena komunikacija	2	2				
Izvešća i zapisnici	2	2				
Govor	2	2				
Interpersonalna komunikacija	2	2				
Komunikacija u novim medijima – virtualna komunikacija	2	2				
Upravljanje konfliktima	2	2				
Menadžerska komunikacija	2	2				
Komunikacija i poslovna etika	2	2				
Odnosi s javnošću	2	2				
Obvezna literatura	1. 1. Rouse, J.M., Rouse, S.,Poslovne komunikacije, Masmedia d.o.o., Zagreb, 2005. 2. Nastavni materijali					

Dopunska literatura	1. 1. Bovee, C.L., Thill, J.V. Suvremena poslovna komunikacija, Mate, Zagreb, 2012. 2. Vodopija, Š., Opća i poslovna komunikacija, Naklada Žagar, Rijeka, 2006. 3. Gamble, T.K., Gamble, M., Communication Works, McGraw Hill, New York, 2010. 4. Fox, R., Poslovna
Način provjere ishoda učenja	Tijekom nastave student prikuplja bodove aktivnim sudjelovanjem u diskusijama (do max. 10 bodova) i praktičnim radom (do max. 30 bodova). Na pismenom ispitu student mora postići minimalno 18 bodova (do max. 30) te na usmenom ispitu minimalno 18 bodova (do max.30).
Završni / Diplomski rad	Da