

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 Barbarić prof.dr.sc. Jadranka Lasić Lazić					
Suradnik	dr. sc. Ivana Stanić, asist.					
Cilj predmeta	Cilj predmeta je uporaba metoda, tehnika i stilova komuniciranja u poslovnim komunikacijama, 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. 1.Razumijevanje oblika, modela i mreža poslovnog komuniciranja 2. 2.Razumijevanje i poštivanje osobnih i kulturoloških razlika u poslovnim komunikacijama 3. 3.Učinkovita komunikacija, motivacija i pregovaranje 4. 4.Učinkovito planiranje, vođenje I vrednovanje poslovnih sastanaka 5. 5. Učinkovito vođenje 6. 6. Učinkovito stvaranje I držanje poslovnih prezentacija 7. 7.Ovladavanje traženjem, procjenjivanjem I obrađivanjem informacija 8. 8.Ovladavanje strategijom planiranja I pisanja poslovnih poruka I pisama					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	položen ispit iz komunikologije na dodiplomskom studiju ili kao razlikovni kolegij.					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminari i radionice Samostalni zadaci				Komentari Većina vježbi provodi se u paru ili grupi, a neki uradci se šalju e-poštom nastavniku na pregled i ocjenu.	
Obveze studenata	Redovito prisustvovanje nastavi jer se vještine stječu vježbanjem; poslati sve zahtijevane uratke poslovnih pisama, poruka, planova i izvještaja.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
1.Modeli i oblici poslovne komunikacije	2		2			
2.Komunikacijske poslovne mreže	2		2			
3. Komunikacijski bonton	2		2			
4.Organizacijska kultura i komunikacija	2		2			
5.Komunikacije među različitim kulturama	2		2			
6.Temelji individualnog ponašanja (vrijednosti, stavovi, osobnost, percepcija, učenje)	2		2			
7.Komunikacija i motivacija	2		2			
8.Vodstvo i moć u komunikacijama	2		2			
9.Retorika poslovnog komuniciranja	2		2			
10.Poslovni sastanci	2		2			
11.Poslovno pregovaranje	2		2			

12.Traženje, procjenjivanje i obrađivanje informacija	2	2
13.Stvaranje i držanje usmenih i online prezentacija	2	2
14.Strategija za pisanje poslovnih poruka i pisama	2	2
15.Planiranje i pisanje izvještaja i prijedloga	2	2

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. Langer, I., Schulz von Thun, F., Tausch, R. (2003.). Kako se razumljivo izražavati, Zagreb. 4. Gnjato, V. (2003). Sastanci - interesno komuniciranje, Alinea, Zagreb. 5. Patton,B., Ury, W., Fisher, R. (2003). KAKO DO DA - do dogovora pregovorom, a ne predajom, Neretva, Zagreb.
Način provjere ishoda učenja	– ukupna ocjena zbroj je: – ocjena iz 1. kolokvija (25%) – ocjena iz 2. kolokvija (25%) – ocjena iz završnog pismenog i usmenog ispita (30%) – redovito prisustvovanje nastavi i aktivno sudjelovanje u njoj (20%) Prag prolaznosti na kolokvijima i završnome pismenom ispitu je 55%. Usmenom ispitu mogu pristupiti samo oni koji su položili pismeni ispit ili oba kolokvija.
Završni / Diplomski rad	Da