

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar
141815	Poslovno komuniciranje	Izborni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P S V E-učenje 20 20 0 0	120	6
Nastavnik	prof.dr.sc. Nevenka Tatković		
Suradnik	Tajana Marušić, pred.		
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 poslovног okruženja i komunikacijskog konteksta.		
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razumijevanje oblika, modela I mreža poslovnog komuniciranja 2. Razumijevanje I poštivanje osobnih I kulturoloških razlika u poslovnim komunikacijama 3. Učinkovita komunikacija, motivacija i pregovaranje 4. Učinkovito planiranje, vođenje I vrednovanje poslovnih sastanaka 5. Učinkovito vođenje 6. Učinkovito stvaranje I držanje poslovnih prezentacija 7. Ovladavanje traženjem, procjenjivanjem I obrađivanjem informacija 8. Ovladavanje strategijom planiranja I pisanja poslovnih poruka I pisama 		
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	nema uvjeta		
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar 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.		

Nastavna cjelina	Sadržaj predmeta			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
1. Modeli i oblici poslovne komunikacije	2		2	
2. Komunikacijske poslovne mreže	2		2	
3. Organizacijsko ponašanje u svjetskom kontekstu	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 poslovног 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	