

| OSNOVNI PODACI | | | | |
|--|---|---|--------------------------------------|--|
| Naziv kolegija | Poslovno pregovaranje i poslovno komuniciranje | | | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | | 4 | |
| | Broj sati nastave (P+V+S) | | 30+15+0 | |
| | Vrijeme i mjesto izvođenja nastave | | prema rasporedu sati za VI. semestar | |
| | Jezik na kojemu se izvodi kolegij | | hrvatski | |
| Nositelj kolegija | Kabinet | Vrijeme konzultacija | Tel. | e-mail |
| mr. sc. Darija Ivanković, v. pred. Jasna Kolar, v.pred | 104 | prema rasporedu konzultacija u semestru | - | jasna407@gmail.com darija.ivankovic@vevu.hr |
| Izvođači | Kabinet | Vrijeme konzultacija | Tel. | e-mail |
| mr. sc. Darija Ivanković, v. pred. Jasna Kolar, v.pred | 104 | prema rasporedu konzultacija u semestru | - | jasna407@gmail.com darija.ivankovic@vevu.hr |
| OPIS KOLEGIJA | | | | |
| Sadržaj kolegija | | | | |
| <p>Pregovaranje kao element konkurentske prednosti. Priroda pregovaranja. Pregovaračke filozofije. Pripreme za pregovore i proces pregovaranja. Tehnike pregovaranja. Pregovaračke strategije i taktike. Aktivno slušanje. Upravljanje pregovorima putem postavljanja pitanja. Pravila davanja i primanja ustupaka. Zaključivanje pregovora. Etička dimenzija pregovora i kroskulturni aspekti. Verbalna i neverbalna komunikacija. Žene kao pregovarači. Poslovni protokol. Komuniciranje kao dio kulture. Komunikacijski stilovi. Komunikacija – vještina / znanost. Komunikacija i okruženje. Poslovna komunikacija – temelj poslovnih procesa. Sredstva poslovne komunikacije. Oblici poslovne komunikacije. Proces poslovne komunikacije. Pravila za uspješno komuniciranje. Razvoj komunikacijske tehnologije i sustavi poslovne komunikacije. Poslovna komunikacija u E-poslovanju: zakonske pretpostavke, problemi sigurnosti. Poslovna komunikacija u E-uredskom poslovanju. Poslovna komunikacija u E-trgovini. Poslovna komunikacija u E-marketingu. Poslovna komunikacija u E-bankarstvu. Etička načela – kodeksi u poslovnoj komunikaciji. Poslovna komunikacija i odnosi sa javnošću. Suradnja sa medijima. Multimedija u funkciji poslovne komunikacije. Tehnike kreativnosti i timskog rada. Simulacija poslovnih slučajeva.</p> | | | | |
| Opća i specifična znanja koja se stječu na kolegiju (Ciljevi kolegija) | | | | |
| <p>Kolegij poslovno pregovaranje i poslovno komuniciranje temelji se na usvajanju potrebnih općih znanja i vještina za svakodnevnu komunikaciju u poslovnom okruženju. Specifični cilj kolegija je upoznavanje studenata s prirodom i tehnologijom poslovnog pregovaranja i komuniciranja putem predavanja, simulacije poslovnih procesa, praktičnih vježbi i tako stvaranja uvjeta za brže uključivanje u proces rada i rješavanje praktičnih problema.</p> | | | | |
| Očekivani ishodi kolegija | | | | |
| <p>Na kraju kolegija studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prepoznati osnovne komponente i funkcije poslovnog komuniciranja - definirati oblike poslovne komunikacije - opisati pravila za uspješnu komunikaciju - analizirati komunikacijske stilove - koristiti kreativne tehnike u grupnom radu - napraviti uspješnu prezentaciju - definirati pojam pregovaranja - opisati pregovaračke strategije i taktike | | | | |

| | | | | |
|--|--------------------|--|-------------------|--------------------|
| - razlikovati pregovaračke stilove | | | | |
| Oblici nastave | x | predavanja | | terenska nastava |
| | x | vježbe | x | samostalni zadaci |
| | x | seminari i radionice | x | konzultacije |
| | | obrazovanje na daljinu | x | praktični rad |
| | x | multimedija i mreža | | mentorski rad |
| | | laboratorij | | |
| NAČIN VREDNOVANJA I OCJENJIVANJA | | | | |
| Oblici praćenja i provjeravanja | | usmeno | pismeno | x usmeno i pismeno |
| Elementi praćenja i provjeravanja | opterećenje u ECTS | | udio (%) u ocjeni | |
| Pohađanje nastave | 1 | | 10% | |
| Rad na vježbama, prezentacija | 2 | | 45% | |
| Završni ispit (pismeni i/ili usmeni,) | 1 | | 45% | |
| Ukupno | 4 | | 100% | |
| Način oblikovanja konačne ocjene | | | | |
| Iz svih elemenata praćenja i provjeravanja student može ostvariti maksimalno 100 ocjenskih bodova, što čini 100 % ocjene. | | | | |
| <i>Elementi ocjenjivanja</i> | | <i>Postotak udjela u konačnoj ocjeni</i> | | |
| Nazočnost na predavanju i vježbama | | 10 | | |
| Aktivnost na satu, vježbe | | 10 | | |
| Prezentacija odabranog proizvoda ili usluge | | 20 | | |
| 1. kolokvij | | 15 | | |
| 2. kolokvij | | 15 | | |
| Završni ispit (usmeni) | | 30 | | |
| U K U P N O | | 100 | | |
| Prag prolaznosti iz kolegija jest 60 % realiziranih obveza studenata navedenih u tablici. | | | | |
| Ostale informacije relevantne za praćenje rada studenata, vrednovanje i ocjenjivanje | | | | |
| Studenti su obvezni pohađati 70% održanih nastavnih sati te napraviti samostalno prezentaciju i usmeno je izložiti. | | | | |
| LITERATURA | | | | |
| Obvezna literatura | | | | |
| 1. Lamza-Maronić, M., Glavaš, J. (2008) <i>Poslovno komuniciranje</i> . Studio HS Internet, Ekonomski fakultet u Osijeku. Osijek | | | | |
| 2. Bovee, C. L., Thill, J. V. (2011) <i>Suvremene poslovne komunikacije</i> . Mate d.o.o. Zagreb | | | | |
| 3. Lewicky, R. J., Saunders, D. M., Barry, B. (2010) <i>Pregovaranje</i> . Mate d.o.o. Zagreb | | | | |
| Dopunska literatura | | | | |
| 1. Ožanić, M. (2009) <i>Poslovna pisma ili kako učinkovito napisati poslovno pismo</i> . Tehnološki park. Zagreb | | | | |
| 2. Biondić Vince, D. (2012) <i>Kako uspješno pregovarati</i> . Biondi d.o.o. Zagreb | | | | |