

OPĆE INFORMACIJE			
Naziv predmeta	Poslovno komuniciranje		
Studijski program	Preddiplomski stručni studij Trgovina		
Status predmeta (O/I)	Izborni		
Semestar	Šesti		
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		VI. semestar, prema rasporedu
	Jezik na kojemu se izvodi kolegij		hrvatski
Nositelj predmeta	Kabinet	Vrijeme konzultacija	e-mail
mr. sc. Darija Ivanković, v. pred.	307	Četvrtak od 12.00 do 13.00 sati/po dogovoru	darija.ivankovic@vevu.hr
Suradnici na predmetu	Kabinet	Vrijeme konzultacija	e-mail
OPIS PREDMETA			
Ciljevi predmeta			
Cilj predmeta je upoznati studente s teorijom i praksom poslovnog komuniciranja u radnom okruženju. Specifični cilj predmeta je da studenti steknu znanja za uspješniju interpersonalnu komunikaciju u poslovnom okruženju i djelotvorno oblikovanje poruka u javnoj i pisanoj komunikaciji, kao i prilikom prezentiranja informacija.			
Uvjeti za upis predmeta			
Nema uvjeta za upis predmeta.			
Očekivani ishodi učenja za predmet			
<p>Nakon uspješno završenog predmeta studenti će moći:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kritički prosuđivati ulogu i značaj komuniciranja kao profesionalne kompetencije 2. Upravlјati komunikacijskim metodama i strategijama u poslovnim situacijama 3. Primijeniti etička načela u komunikaciji 4. Upravlјati modelima pisane poslovne komunikacije 5. Razviti vještine javnog nastupa i interpersonalne komunikacije potrebne za društvenu i poslovnu interakciju 			
Sadržaj predmeta			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikacija – vještina/znanost 2. Teorijske osnove komuniciranja – Proces komunikacije. Oblici komunikacije. Funkcije komunikacije. 3. Komunikacija i društveni procesi 4. Etika i komunikacija 5. Komunikacija i kultura 6. Interpersonalna komunikacijska kompetencija 7. Verbalna i neverbalna komunikacija 8. Slušanje i uvjeravanje 9. Javni govor i nastup 10. Poslovna komunikacija – temelj poslovnih procesa 11. Pisane poslovne komunikacije 12. Poslovni sastanci 13. Priprema i izvođenje prezentacije 14. Primjena ICT tehnologija u poslovnom komuniciranju 			

Vrste izvođenja nastave	x	predavanja		terenska nastava		
	x	vježbe	x	samostalni zadaci		
		seminari i radionice		mentorski rad		
	x	obrazovanje na daljinu	x	praktični rad		
	x	multimedija i mreža	x	konzultacije		
		laboratorij				
Način vrednovanja i ocjenjivanja						
Oblici praćenja i provjeravanja		usmeno		pismeno		usmeno i pismeno
Elementi praćenja i provjeravanja	opterećenje u ECTS		udio (%) u ocjeni			
Pohađanje nastave	1		-			
Aktivnost na nastavi	0,2		10			
Kolokviji	1		30			
Praktični rad/prezentacija	1,8		60			
Ukupno	4		100			
Način oblikovanja konačne ocjene						
<p>Konačna ocjena oblikuje se ovisno o načinu provjere znanja – tijekom semestra ili nakon semestra.</p> <p>U slučaju kontinuirane provjere znanja (tijekom semestra) konačna ocjena oblikuje se temeljem elemenata praćenja i provjeravanja. Za svaki od navedenih elemenata ocjenjivanja vodi se zasebna evidencija koja je u svakome trenutku dostupna studentima. Studenti polažu kolokvij koji nosi 30 % udjela u konačnoj ocjeni. Za prolazak na kolokvij potrebno je ostvariti minimalno 50% bodova. Prezentacija odabranog proizvoda/usluge obvezni su za savladavanje predmeta, za redovne i izvanredne studente (udio u ocjeni je 60%). Pohađanje nastave nema udjela u oblikovanju konačne ocjene, ali student mora ostvariti minimalnu dolaznost od 70% održane nastave.</p> <p>U slučaju da student ne položi kolokvij ili samostalno izabere polaganje ispita nakon semestra, pristupa završnom ispitu nakon završetka semestra (u propisanim ispitnim rokovima) ako je izvršio obvezu pohađanja nastave te prezentirao proizvod/uslugu. Završni ispit je pismeni (potrebno je ostvariti minimalno 50%) i usmeni. Raspodjela broja bodova i dodjela ocjena na provjerama znanja vrši se sukladno Pravilniku o ocjenjivanju.</p> <p>Ispit i kolokvij se vrednuju na sljedeći način: 60 – 69,9% bodova ocjena dovoljan (2) 70 – 79,9% bodova ocjena dobar (3) 80 – 89,9% bodova ocjena vrlo dobar (4) 90 – 100% bodova ocjena izvrstan (5)</p>						
Ostale informacije relevantne za praćenje rada studenata, vrednovanje i ocjenjivanje						
Studenti ostvaruju pravo na potpis i pravo izlaska na ispit ako ispune uvjet pohađanja nastave od 70%. Studenti na ovom predmetu moraju sudjelovati u svim elementima praćenja i provjeravanja te prezentirati odabrani proizvod/uslugu.						
Obvezna literatura						
1. Antolović, K. Sviličić, N. (2020) <i>Komunikacijske vještine</i> . Zagreb: K&k Promocija 2. Kliment, A. (2003) <i>Tradicionalne i digitalne poslovne komunikacije</i> . Zagreb: Miokard						
Dopunska literatura						
1. Ožanić, M. (2009) <i>Poslovna pisma ili kako učinkovito napisati poslovno pismo</i> . Zagreb: Tehnološki park 2. Pease, A., Pease, B. (2017) <i>Velika škola govora tijela</i> . Zagreb: Mozaik knjiga						

3. Wainwright, R. (2007) Taktični poslovni dopisi. Zagreb: Vaša knjiga

Načini praćenja kvalitete

Izvedba predmeta prati se putem anonimne studentske ankete (vrednovanje kvalitete održane nastave).