

IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA "POSLOVNO KOMUNICIRANJE"

1 NAZIV STUDIJA	Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje s poduzetništvom
2 KOD NASTAVNOG PREDMETA	36890 (POKOM)
3 NAZIV NASTAVNOG PREDMETA	Poslovno komuniciranje
4 STATUS PREDMETA	Obvezni
5 SEMESTAR	Zimski – V
6 OBLICI NASTAVE I SATNICA	Ukupan broj nastavnih sati - 60

	P-predavanja	V-vježbe	S-seminari
SEMESTRALNO	30 sati	15 sati	15 sati
TJEDNO / 15 tjedana	4 sata nastave tjedno prema izvedbenom planu nastave		

7 ECTS BODOVI	6
8 POVJERA NASTAVE - NASTAVNICI I SURADNICI	nositeljica predmeta: dr.sc. Linda Martić Kuran, prof.v.š.
9 MOGUĆNOST IZVEDBE NASTAVE NA STRANIM JEZICIMA	Nastavu je moguće izvoditi na engleskom jeziku.
10 NAČIN INFORMIRANJA STUDENATA	<ul style="list-style-type: none"> - na nastavi - na konzultacijama - elektroničkom poštom - putem Web stranica Veleučilišta i servera Moodle - putem društvenih mreža
11 KONTAKTIRANJE STUDENATA S NASTAVNICIMA	<ul style="list-style-type: none"> - na nastavi - na konzultacijama - elektroničkom poštom (lmartic@veleknin.hr) - putem servera Moodle - putem društvenih mreža
12 KORELACIJA S OSTALIM PREDMETIMA UNUTAR STUDIJA	<ul style="list-style-type: none"> - Ponašanje potrošača - Upravljanje projektima - Upravljanje krizom u poslovanju
13 PROSTORNI I DRUGI UVJETI ZA IZVOĐENJE PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> - Veleučilište Marko Marulić u Kninu – prema objavljenome rasporedu - Gostujuća predavanja stručnjaka iz prakse - Posjet konkretnim tvrtkama

IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA "POSLOVNO KOMUNICIRANJE"

14 CILJEVI PREDMETA, KOMPETENCIJE, ISHODI UČENJA I PRISTUPI POUČAVANJA I UČENJA U PREDMETU		
14.1 Ciljevi Cilj predmeta <i>Poslovna komunikacija</i> je omogućiti studentima da se kroz nastavu upoznaju i pripreme za uspješnu komunikaciju u poslovnom okruženju.		
14.2 Kompetencije		
14.2.1 Opće kompetencije Upoznavanje studenata s osnovnom terminologijom područja poslovnog komuniciranja. Sposobnost jasnog i efikasnog pismenog i usmenog izražavanja. Vještine javnog prezentiranja informacija. Etičko razumijevanje i sposobnosti etičkog rezoniranja. Vještine analitičkog razmišljanja, sinteze i kritičkog razmišljanja. Sposobnost učinkovitog timskog rada.		
14.2.2 Specifične kompetencije Studenti će biti osposobljeni u prepoznavanju važnosti poslovnog komuniciranja kao osnove i uvjeta uspjeha u međuljudskim poslovnim, kao i privatnim odnosima. Sadržaj predmeta omogućava uspješno svladavanje modela, principa, oblika, tehnika i tehničkih pomagala u poslovnom komuniciranju.		
14.3. Ishodi učenja		
Ishod učenja	Nakon izvršavanja svih obveza predviđenih nastavnim programom predmeta <i>Poslovno komuniciranje</i> od studenata se očekuje da budu sposobni:	Nastavne cjeline/sadržaji:
11.	Odabrati i primijeniti odgovarajuće komunikacijske principe i teorije u poslovnom i društvenom kontekstu.	1,2
12.	Razviti i održati učinkovitu poslovnu prezentaciju.	7
13.	Planirati i voditi učinkovite sastanke.	5,6
14.	Razviti vještine kritičkog mišljenja za upravljanje organizacijskom komunikacijom u situacijama krize, promjene i nesigurnosti.	4
15.	Razviti vještine međuljudske komunikacije potrebne za društvenu i poslovnu interakciju.	3
14.4. Pristupi poučavanja i učenja u predmetu Nastava predmeta <i>Poslovno komuniciranje</i> ostvaruje se kroz predavanja (30 sati), kroz vježbe (15 sati) i kroz praktični seminarski rad (15 sati). Studenti aktivno sudjeluju u nastavi na sljedeće načine: seminarski rad; poslovni slučaj (pripremljeni od strane nastavnika ili studenta u suradnji s nastavnikom); prikazi poglavlja recentnih knjiga/znanstvenih i stručnih članaka iz područja koje osigurava nastavnik predmeta. Svaki oblik sudjelovanja u nastavi se adekvatno evaluira. Posebno se nagrađuje samoinicijativa studenata u rješavanju problema unutar nastavnog programa. U okviru seminarske nastave studenti rade na zadatku u timovima (ili samostalno ako je to želja/potreba studenta). Nastava je interaktivna te se podržavaju razgovori i rasprave.		
Točna satnica izvođenja nastave (početak i završetak pojedinog oblika nastave) odražuje se prema rasporedu nastave koji je istaknut na službenim Web stranicama Veleučilišta.		

15. Nastavne jedinice, oblici nastave					
15.1. Izvedbeni nastavni program					
POSLOVNO KOMUNICIRANJE		NASTAVA			
		broj nastavnih sati			
		P	V	S	P+V+S
1. Pojam komuniciranja. Uspješnost komuniciranja.		4	2	2	8
1.1.	Što je poslovno komuniciranje, što čini učinkovitu poruku, elementi komuniciranja i komunikacijski modeli.	1	0,5	0,5	2
1.2.	Vrste poslovnih komunikacija, sudionici procesa komunikacije.	1	0,5	0,5	2
1.3.	Uloga menadžmenta i menadžera u poslovnom komuniciranju.	1	0,5	0,5	2
1.4.	Vizualni identitet tvrtke u komuniciranju, stvaranje ideja i struktura, vizualno komuniciranje.	1	0,5	0,5	2
2. Organizacija i vođenje organizacije kao polazišta u poslovnom komuniciranju. Strateški aspekti komuniciranja.		4	3	3	10
2.1.	Organizacijska struktura.	0,5	0,5	0,5	1,5
2.2.	Organizacijska kultura.	0,5	0,5	0,5	1,5
2.3.	Vođenje organizacije, korporativni imidž i komuniciranje.	1	0,5	0,5	2

IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA "POSLOVNO KOMUNICIRANJE"

2.4.	Razumijevanje komunikacijskih situacija.	1	0,5	0,5	2
2.5.	Strategija komunikatora, publike, poruke i kanala.	0,5	0,5	0,5	1,5
2.6.	Integrirana strategija komuniciranja.	0,5	0,5	0,5	1,5
3.	Psihološki čimbenici u poslovnom komuniciranju. Kultura i komuniciranje.	4	2,5	2,5	9
3.1.	Osnovne psihičke funkcije zaposlenih.	1	0,5	0,5	2
3.2.	Sposobnosti i percepcija, motivacija, stavovi.	1	0,5	0,5	2
3.3.	Pojam kulture, jezik, religija.	0,5	0,5	0,5	1,5
3.4.	Vrijednosni sustavi, neverbalni elementi kulture.	1	0,5	0,5	2
3.5.	Ostali elementi kulture, kulturološke značajke nekih naroda.	0,5	0,5	0,5	1,5
4.	Komuniciranje u kriznim situacijama.	4	2	2	8
4.1.	Definicija krizne situacije, posljedice krize na ponašanje ključnih javnosti, vanjski i unutarnji uzroci kriza.	1	0,5	0,5	2
4.2.	Proces upravljanja krizom.	1	0,5	0,5	2
4.3.	Osnove komuniciranja u krizi.	1	0,5	0,5	2
4.4.	Aktivnosti u slučaju krizne situacije, komunikacija nakon krizne situacije.	1	0,5	0,5	2
5.	Govorna komunikacija. Neverbalna komunikacija. Pisana poslovna komunikacija.	6	3,5	3,5	13
5.1.	Pojam govorne komunikacije, moć i vještina govora.	0,5	0,5	0,5	1,5
5.2.	Trajanje govora, govorne zamke, slušanje govora.	1	0,5	0,5	2
5.3.	Pojam i značenje neverbalne komunikacije, osnovne sastavnice neverbalne komunikacije.	1	0,5	0,5	2
5.4.	Značaj i uređenje prostora, odijevanje kao oblik neverbalne komunikacije (poslovni dress code).	1	0,5	0,5	2
5.5.	Osnovne karakteristike pisane poslovne komunikacije	1	0,5	0,5	2
5.6.	Pisanje izvještaja, sažetak, dopisi, ponude i pisma namjere	1	0,5	0,5	2
5.7.	Izvještaji za javnost.	0,5	0,5	0,5	1,5
6.	Usmene i vizualne prezentacije. Ostali oblici komunikacije.	2	0,5	0,5	3
6.1.	Struktura i sadržaj, izlaganje, izgled i držanje, vizualna pomagala, povratna informacija.	2	0,5	0,5	3
7.	Sastanci i poslovno pregovaranje. Strateško komuniciranje u korporaciji.	6	1,5	1,5	9
7.1.	Učinkoviti sastanci, priprema sastanaka, vođenje sastanaka, dokumentacija sastanaka, pregovori.	2	0,5	0,5	3
7.2.	Strategije pregovaranja, priroda pregovora, vrste pregovora, priprema za pregovore.	2	0,5	0,5	3
7.3.	Vodstvo i komunikacije, političko ponašanje u organizacijama, etika i manipulacija simbolima.	2	0,5	0,5	3

16. PRAĆENJE I OCJENJIVANJE STUDENATA		
AKTIVNOST KOJA SE PRATI I/ILI OCJENJUJE	Udio aktivnosti u ECTS bodovima	Maksimalni broj ocjenskih bodova
1. Pohađanje nastave	1	
2. Aktivnosti na nastavi	1	10
3. Domaći/istraživački rad	1	10
4. Seminarski rad	1	40
5. Kontinuirana provjera znanja - kolokviji ¹	2	40
6. Završni ispit ²		
Ukupno:	6	100,0

¹Termini kolokvija zakazuju se u dogovoru sa studentima nakon odslušanih nastavnih jedinica koje su uključene u pojedini kolokvij (ne zakazuju se na početku akademske godine). Ukoliko student ne zadovolji na kolokvijima dužan je polagati završni ispit, kao i studenti koji žele veću ukupnu ocjenu.

² Ukoliko student ne zadovolji na kolokvijima dužan je polagati završni ispit. Završni ispit organiziran je na pisani način. Ispit se smatra položenim ako je student: uspješno položio kolokvije (na način da je ostvario iz svakog kolokvija 50% točnih odgovora), aktivno sudjelovao u izlaganjima zadataka, raspravama i praktičnim vježbama te predao seminarski rad na kraju semestra koji je pozitivno ocijenjen.

IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA "POSLOVNO KOMUNICIRANJE"

16.1. Ishodi učenja i način provjere

ISHODI UČENJA		SADRŽAJ	AKTIVNOSTI ZA NASTAVNIKE I STUDENTE (metode podučavanja i učenja)	METODE VREDNOVANJA
I1.	Odabrati i primijeniti odgovarajuće komunikacijske principe i teorije u poslovnom i društvenom kontekstu.	1,2		Kolokvij I/II i/ili pisani ispit
I2.	Razviti i održati učinkovitu poslovnu prezentaciju.	7		Kolokvij I/II i/ili pisani ispit
I3.	Planirati i voditi učinkovite sastanke.	5,6		Kolokvij I/II i/ili pisani ispit
I4.	Razviti vještine kritičkog mišljenja za upravljanje organizacijskom komunikacijom u situacijama krize, promjene i nesigurnosti.	4		Kolokvij I/II i/ili pisani ispit
I5.	Razviti vještine međuljudske komunikacije potrebne za društvenu i poslovnu interakciju.	3		Kolokvij I/II i/ili pisani ispit

16.2. Pohađanje nastave

Studenti su, sukladno izvedbenom planu nastave, i sukladno Pravilniku o studiranju, dužni redovito pohađati nastavu i u njoj aktivno sudjelovati. U slučaju neopravdanog izostanka s nastave i neizvršavanja obveza prema predmetu, studenti neće moći pristupiti provjerama znanja.

16.3. Aktivnosti na nastavi

Studenti su obvezni sudjelovati u aktivnostima na nastavi koje se ocjenjuju, te prezentirati rezultate obavljenih zadataka. Od studenata se očekuje aktivno sudjelovanje u nastavi, spremnost na raspravu, kao i kritičko razmišljanje o zadanim temama. Bilješke s predavanja bit će dostupne studentima kako bi aktivno pratili predavanja. Bilješke su načinjene prema ishodima učenja, a priprema su, uz obaveznu literaturu za kolokvije i završni ispiti.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj o. bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj o. bodova koje je moguće postići
Aktivno sudjelovanje u izlaganjima zadataka, sudjelovanje u praktičnim vježbama i raspravama te izradi domaćih zadataka.	5	10
Ukupno:	5	10

16.4. Domaći/istraživački rad

Studenti su obvezni sudjelovati u domaćim/istraživačkim radovima koji se ocjenjuju, te prezentirati rezultate obavljenih istraživanja.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj o. bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj o. bodova koje je moguće postići
Domaći/istraživački rad	5	10
Ukupno:	5	10

16.5. Seminarski rad

Studenti su dužni izraditi i prezentirati seminarski rad iz zadane teme. U dogovoru s predmetnim nastavnikom student može sam predložiti temu rada ili prihvatiti temu koju mu predloži nastavnik. Za položeni seminarski rad student treba imati najmanje 50% od maksimalnog broja bodova. Seminarski rad može biti individualno ili grupno napravljen. Ukoliko

IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA "POSLOVNO KOMUNICIRANJE"

je grupni rad, broj studenata u grupi određuje nastavnik. Na seminarski rad otpada 30 o. bodova, a na njegovu prezentaciju 10 o. bodova. Vrijeme trajanja prezentacije je 12 min + 3 min za pitanja i odgovore.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj o. bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj o. bodova koje je moguće postići
Seminarski rad	15	30
Prezentacija seminarskog rada	5	10
Ukupno:	20	40

16.6. Kontinuirana provjera znanja/kolokviji

Student je dužan položiti dvije provjere znanja (kolokvij) iz sadržaja predmeta „Poslovno komuniciranje“. Uvjet za pristupanje drugom kolokviju je pozitivno ocijenjen prvi kolokvij. Na svakom kolokviju je potrebno točno odgovoriti na 50% pitanja. Bodovni pragovi (%) i odgovarajuće ocjene za pisane provjere znanja iznose: nedovoljan (1) 0 – 49,9%, dovoljan (2) 50 – 69,9%, dobar (3) 70 – 79,9%, vrlo dobar (4) 80 – 89,9%, izvrstan (5) 90 – 100%. Ukupno postignuti bodovi na dva kolokvija priznaju se kao bodovi postignuti na završnom pismenom ispitu. Studentima koji uspješno riješe oba kolokvij, imaju pozitivno ocijenjene aktivnosti na nastavi, koji predaju i usmeno prezentiraju seminarski rad, ispit se smatra položenim te će im u predroku biti ponuđena ocjena iz predmeta „Poslovno komuniciranje“. Ukoliko student ne zadovolji na kolokvijima dužan je polagati završni ispit.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj bodova koje je moguće postići
Kolokvij I	10	20
Kolokvij II	10	20
Ukupno:	20	40

16.7. Završni ispit

Ukoliko student ne zadovolji na kolokvijima dužan je polagati završni ispit u pisanom obliku. Potrebno je točno odgovoriti na 50 % pitanja. Na završnom ispitu je maksimalno moguće postići 40 bodova. Bodovni pragovi (%) i odgovarajuće ocjene za pisane provjere znanja iznose: nedovoljan (1) 0 – 49,9%, dovoljan (2) 50 – 69,9%, dobar (3) 70 – 79,9%, vrlo dobar (4) 80 – 89,9%, izvrstan (5) 90 – 100%. Pismeni ispit bit će održan prema naznačenim ispitnim rokovima i terminima, a student je obavezan prethodno se prijaviti za tekući ispitni rok putem ISVU sustava (Studomat).

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj ocjenskih bodova	Maksimalni broj ocjenskih bodova
Završni pisani ispit	20	40
Ukupno:	20	40

16.8. Konačna ocjena

Konačna ocjena predstavlja zbroj bodova koje je student ostvario pohađanjem nastave i aktivnostima u nastavi (aktivno sudjelovanje u nastavi; izlaganje grupnih zadataka; sudjelovanje u praktičnim vježbama i raspravama; izrada domaćih zadataka/istraživanja; proučavanje zadane literature; priprema za nastavu); kontinuiranom provjerom znanja (kolokvij); izradom i obranom seminarskog rada.

Konačna se ocjena donosi prema sljedećem kriteriju:

Broj ocjenskih bodova od maksimalno 100	ECTS sustav ocjenjivanja	Brojčani sustav ocjenjivanja
90 - 100	A	Izvrstan (5)
80 - 89,9	B	Vrlo dobar (4)
70 - 79,9	C	Dobar (3)
60 - 69,9	D	Dovoljan (2)
50 - 59,9	E	
0 - 49,9	F	Nedovoljan (1)

IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA "POSLOVNO KOMUNICIRANJE"

16.9. Napomene

Pravilnikom o studiranju Veleučilišta "Marko Marulić" u Kninu pobliže su uređena pravila studiranja za redovite i izvanredne studente na stručnim studijima koje ustrojava i izvodi Veleučilište "Marko Marulić" u Kninu kao i praćenje kvalitete studija.

Studenti se dodatno napominju na samostalnu izradu zadataka. Plagijarizam je oblik akademskog nedoličnog ponašanja. Definirano je kao kopiranje ili parafraziranje tuđeg djela i predstavljanje kao svog vlastitog. Svaki student za kojeg se utvrdi da je odgovoran za akademsko kršenje bilo kojeg poslanog zadatka na ocjenjivanje podliježe veleučilišnim propisima o nepoštenoj praksi, što može rezultirati i ozbiljnim kaznama.

Pridržavati se etičkih načela propisanih *Etičkim kodeksom* Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju te *Etičkim kodeksom* Veleučilišta "Marko Marulić"

17. LITERATURA / WEB STRANICE
17.2. Obvezna literatura Martić Kuran, L., Jelić, P. (2014): Poslovno komuniciranje, Veleučilište Marko Marulić, Knin Materijali s predavanja (dani na nastavi; samostalno oblikovani; pripremljeni poslovni slučajevi i zadaci od strane nastavnika).
17.3. Preporučena literatura/web stranice Bedečković, V. (2010). Interkulturalni aspekti menadžmenta. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica Seidel (2018). Pregovaranjem do uspjeha – ključne strategije i vještine. Mate, Zagreb. Cohen, S. (2014). Vještine pregovaranja za menadžere, Mate, Zagreb. Potter, R.L. (2007). Komunikacijski plan - srž strateških komunikacija. Print - stručna biblioteka HUOJ-a, Zagreb.

18. TERMINI ISPITA U AKADEMSKOJ GODINI 2020./2021.					
ROK	1. TERMIN	SAT	2. TERMIN	SAT	DVORANA
zimski rok	4.2.2021.	17:30	18.2.2021.	17:30	TCR
ljetni rok	24.6.2021.	17:30	8.7.2021.	17:30	TCR
jesenski rok	2.9.2021.	17:30	16.9.2021.	17:30	TCR