

Osnove poslovnog komuniciranja

ŠKOLSKE ZADAĆE

– upute za kratke procjene vještina

Važno:

- kratke procjene vještina nisu obvezne
- broj bodova koji se odnosi na kratke provjere vještina ne sprječava studenta da položi pismeni ispit, ali onemogućuje najvišu ocjenu
- kratke ocjene vještina ne mogu se nadoknaditi nakon završetka nastave (nakon 15. lipnja 2024.)
- za svaki ishod učenja 1-4 predviđena su 2 boda koja pripadaju kratkim provjerama vještina - studenti koji predaju zadatke na vrijeme mogu ostvariti najviše 2 boda (za 2 zadatka); studenti koji nisu prisutni na vježbama ne zarađuju bodove za kratke provjere vještina

Studenti trebaju predati sljedeće zadatke (putem izbornika Seminar (Infoeduka) ili osobno na nastavi) do datuma navedenih u tablici s popisom zadataka:

Ishod učenja	ZADATAK	Maksimalni broj bodova	Datum predaje
1	<u>VJEŽBE 4:</u> 1. Pozitivne i rutinske poruke/Negativne poruke Napišite zahtjev za preporuku nekom od svojih nastavnika za radno mjesto po vašem izboru. Obavezno navedite svoju i adresu nastavnika (možete nasloviti na Sveučilište Algebra), kontakt podatke, da ste nastavnika podsjetili na kolegij koji Vam je predavao, znanja i vještine koje ste tamo stekli, a koje bi vam koristile na željenom radnom mjestu, obavezno navedite na koju adresu treba poslati navedeno pismo preporuke te jeste li priložili omotnicu i po potrebi markicu za slanje papirnatim putem. Također, obavezno pošaljite zadatak na Infoeduku, odaberite nastavnika koji vam drži vježbe i pošaljite ga u obliku: Prezime Ime_Pozitivna poruka.	2	20.-25.03.2024.
2	<u>VJEŽBE 6:</u>	2	

	<p>2. Uvjeravajuće poruke/Izvješća i prijedlozi</p> <p>Vaš zadatak: Napišite kratku prodajno uvjerljivu poruku na društvenim mrežama za proizvod ili uslugu po vašem izboru.</p> <p>Imajte na umu: Konvencionalne marketinške i prodajne poruke često se pripremaju korištenjem AIDA modela ili neke njegove varijacije. Ovdje su ključne točke korištenja AIDA modela za ove poruke: Privlačenje pozornosti čitatelja - ovisno o mediju, trgovci mogu koristiti evokativne slike, glazbu, animaciju ili video. Kako biste izgradili interes, proširite i podržite obećanja u svom otvaranju koje privlači pozornost. Izgradnja interesa - uobičajena tehnika je "isplatiti" obećanje iz naslova objašnjavajući kako možete ostvariti te koristi. Povećanje želje - proširite svoje objašnjenje njegovih prednosti. Pažljivo razmislite o redosljedu točaka podrške i upotrijebite mnogo podnaslova, hiperveza, video demonstracija i drugih sredstava kako biste pomogli ljudima da brzo pronađu informacije koje im trebaju. Motivirajuća akcija - ključevi uspješnog poziva na akciju čine je što lakšom i bez rizika. Ako je postupak zbunjujući ili dugotrajan, izgubit ćete potencijalne kupce. Također, obavezno pošaljite zadatak na Infoeduku, odaberite nastavnika koji vam drži vježbe i pošaljite ga u obliku: Prezime Ime_Uvjeravajuća poruka.</p>		
3	<p>VJEŽBE 11 (Informacije o organizaciji):</p> <p>3. Načini prikupljanja, analiziranja i korištenja poslovnih informacija/Komunikacijske vještine/Interkulturalna komunikacija</p> <p>Vaš zadatak: Predstavljanje informacija, koncepata i ideja (Organizacijski dijagrami) Napravite organizacijsku shemu za svoj koledž ili sveučilište. Započnite s web-stranicom škole kako biste saznali o raznim uredima i odjelima. Imajte na umu ove smjernice: Stvaranje učinkovitih vizuala zahtijeva osnovno poznavanje principa dobrog dizajna.</p> <p>6 temeljnih načela pomaže razlikovati neučinkovite i učinkovite dizajne:</p>	2	

	<p>1. Dosljednost - zamislite dosljednost kao vizualni paralelizam, na isti način na koji tekstualni paralelizam pomaže publici da razumije i uspoređi niz ideja. Vizualni paralelizam možete postići na različite načine, uključujući dosljednu upotrebu boje, oblika, veličine, teksture, položaja, mjerila ili slova.</p> <p>2. Kontrast. Kako biste naglasili razlike, prikazujte predmete u kontrastnim bojama, oblicima ili veličinama.</p> <p>3. Balans. Ravnoteža može biti formalna, u kojoj su elementi na slikama raspoređeni simetrično oko središnje točke ili osi, ili neformalna, u kojoj su elementi raspoređeni na način da se postigne ukupni učinak ravnoteže. Uobičajeni pristup neformalnoj ravnoteži je vaganje jednog vizualno dominantnog elementa u odnosu na nekoliko manjih ili slabijih elemenata. Općenito, formalna ravnoteža je smirenija i ozbiljnija, dok se neformalna ravnoteža čini dinamičnijom i privlačnijom.</p> <p>4. Naglasak. Publika obično pretpostavlja da je dominantni element u dizajnu najvažniji, pa se pobrinite da vizualno dominantni element doista predstavlja najvažniju informaciju. To možete učiniti putem boje, položaja, veličine ili položaja, na primjer.</p> <p>5. Konvencija - vizualna komunikacija vođena je nizom općeprihvaćenih pravila ili konvencija. Mnoge konvencije su toliko ukorijenjene da ljudi niti ne shvaćaju da slijede ta pravila.</p> <p>6. Jednostavnost. Jednostavno je obično bolje kada su u pitanju vizualni elementi za poslovnu komunikaciju. Ne zaboravite da prenosite informacije, a ne izražavate svoj kreativni duh. Ograničite broj boja i elemenata dizajna i pazite da izbjegnute chartjunk, izraz koji je skovao stručnjak za vizualnu komunikaciju Edward R. Tufte za dekorativne elemente koji zatrpavaju dokumente i potencijalno zbunjuju čitatelje bez dodavanja relevantnih informacija.</p> <p>Više informacija o organizacijskoj strukturi Visokog učilišta Algebra: https://www.algebra.hr/sveuciliste/o-nama/organizacijska-shema/</p> <p>Također, obavezno pošaljite zadatak na Infoeduku, odaberite nastavnika koji vam drži vježbe i pošaljite ga u obliku: Prezime Ime_Organizacijska struktura.</p>		
4	<p>VJEŽBE 15 (Izgradnja karijere):</p> <p>4. Prezentacijske vještine/Izgradnja karijere (Životopis, Prijava za posao)</p> <p>4. Pisanje životopisa, molbi za posao i poslovnih razgovora</p> <p>Vaš zadatak: predložiti način pripreme za razgovor za posao i napisati uspješan životopis.</p>	2	

	Također, obavezno pošaljite zadatak na Infoeduku, odaberite nastavnika koji vam drži vježbe i pošaljite ga u obliku: Prezime Ime_CV.		
--	--	--	--