

## 1. Prezentacija: "Učinkovita poslovna komunikacija"

### Pitanja i odgovori:

- 1. Koji su glavni smjerovi komunikacije unutar formalne komunikacijske mreže poslovne organizacije?**
  - Glavni smjerovi su prema gore (od nižih prema višim razinama), prema dolje (od viših prema nižim razinama) i horizontalna komunikacija (između istih ili sličnih razina).
- 2. Kako se koncept poslovne komunikacije 2.0 razlikuje od tradicionalnog pristupa?**
  - Poslovna komunikacija 2.0 potiče dvosmjernu komunikaciju i interakciju između zaposlenika i klijenata putem digitalnih alata, za razliku od jednosmjernog pristupa u tradicionalnoj komunikaciji.
- 3. Kako tehnologija utječe na poslovnu komunikaciju?**
  - Tehnologija omogućava brže i učinkovitije širenje informacija, olakšava suradnju na daljinu i povećava dostupnost komunikacijskih alata.
- 4. Što su komunikacijske barijere?**
  - Komunikacijske barijere uključuju sve što ometa jasno razumijevanje poruka, kao što su jezične razlike, predrasude i tehničke poteškoće.
- 5. Koje su strategije za stvaranje učinkovitih poruka?**
  - Strategije uključuju jasnoću i konciznost poruke, prilagođavanje poruke publici, korištenje aktivnih i pasivnih glagola ovisno o kontekstu, te uključivanje poziva na akciju.

## 2. Prezentacija: "Profesionalna komunikacija u digitalnom, umreženom i mobilnom svijetu"

### Pitanja i odgovori:

- 1. Koje su glavne prednosti korištenja komunikacijske tehnologije u poslovnom okruženju?**
  - Glavne prednosti uključuju povećanu efikasnost, brži protok informacija i olakšanu suradnju između zaposlenika koji nisu fizički prisutni na istom mjestu.
- 2. Kako inteligentna komunikacijska tehnologija koristi umjetnu inteligenciju?**
  - Koristi AI za automatizaciju rutinskih zadataka, analizu velikih količina podataka i personalizaciju komunikacije s klijentima.
- 3. Koje su etičke smjernice potrebne za donošenje etičkih odluka u poslovnoj komunikaciji?**
  - Smjernice uključuju transparentnost, poštivanje privatnosti, iskrenost u komunikaciji, te etičko postupanje s podacima.
- 4. Kako se razlikuje etička dilema od etičkog propusta?**
  - Etička dilema nastaje kada postoje dvije suprotstavljene etičke vrijednosti, dok etički propust uključuje jasno kršenje etičkih načela.
- 5. Kako osigurati legalnu komunikaciju unutar poslovnog okruženja?**

- Osiguravanje legalne komunikacije uključuje pridržavanje zakona i propisa, korištenje odobrenih komunikacijskih alata i kanala, te redovito educiranje zaposlenika o pravnim aspektima komunikacije.

### **3. Prezentacija: "Planiranje, pisanje i zaključivanje pisanja poslovnih poruka"**

#### **Pitanja i odgovori:**

- 1. Koje su ključne faze u procesu pisanja poslovnih poruka i koje su aktivnosti uključene u svaku fazu?**
  - Faze uključuju planiranje, pisanje i reviziju. Planiranje obuhvaća definiranje svrhe i publike, pisanje uključuje formuliranje i strukturiranje poruke, a revizija uključuje lektoriranje i prilagodbu poruke.
- 2. Kako analiza situacije i razumijevanje publike utječu na učinkovitost poslovne poruke?**
  - Analiza situacije i razumijevanje publike omogućavaju prilagodbu poruke potrebama i očekivanjima publike, što povećava šanse za postizanje željenog odgovora.
- 3. Koje su prednosti i nedostaci korištenja različitih medija za prenošenje poslovnih poruka?**
  - Prednosti uključuju brzinu i doseg digitalnih medija, dok su nedostaci potencijalna preopterećenost informacijama i manjak osobnog kontakta.
- 4. Objasnite važnost i postupak lektoriranja poslovne poruke prije njenog slanja.**
  - Lektoriranje je ključno za osiguranje gramatičke točnosti, jasnoće i profesionalnosti poruke. Postupak uključuje provjeru pravopisa, gramatike, stila i točnosti informacija.
- 5. Kako prilagodba poruke ciljanoj publici može poboljšati komunikacijske rezultate u poslovnom okruženju?**
  - Prilagodba poruke omogućuje da poruka bude relevantna i zanimljiva za publiku, što povećava učinkovitost komunikacije i postizanje željenih ciljeva.

### **4. Prezentacija: "Pisanje pozitivnih i rutinskih te negativnih poruka"**

#### **Pitanja i odgovori:**

- 1. Koje su osnovne karakteristike i struktura pozitivnih i rutinskih poslovnih poruka?**
  - Pozitivne i rutinske poruke su obično direktno strukturirane s jasnim uvodom, tijelom i zaključkom, te sadrže afirmativne informacije ili zahtjeve.
- 2. Kako se pristupa pisanju negativnih poslovnih poruka i koje su strategije za ublažavanje potencijalno negativnih reakcija?**
  - Negativne poruke zahtijevaju indirektan pristup i pažljivo formuliranje kako bi se ublažio negativan utjecaj, uključujući jasno obrazloženje i eventualno nudeći alternativna rješenja.
- 3. Koji su ključni koraci u planiranju, pisanju i dovršavanju efektivne poslovne poruke?**

- Koraci uključuju identifikaciju svrhe poruke, analizu publike, odabir pravog tona i stila, pisanje poruke i njezinu konačnu reviziju.
- 4. **Objasnite važnost i tehniku korištenja direktnog pristupa u pisanju rutinskih zahtjeva.**
  - Direktni pristup je važan jer omogućuje jasnoću i efikasnost u komunikaciji, što je ključno za rutinske zahtjeve gdje se očekuje brza i jasna akcija.
- 5. **Kako prilagoditi poruku publikama iz različitih kultura i koje su moguće prepreke u međukulturnoj komunikaciji?**
  - Prilagodba uključuje razumijevanje kulturnih razlika, izbjegavanje kulturoloških stereotipa i korištenje jasnih, univerzalno razumljivih izraza. Prepreke mogu biti jezične barijere, različite norme komuniciranja i kulturni tabui.

## 5. Prezentacija: "Pisanje uvjeravajućih poruka"

### Pitanja i odgovori:

1. **Opisati proces pisanja uvjeravajućih poruka u tri koraka. Koji su ključni elementi svake faze?**
  - Proces uključuje planiranje, pisanje i reviziju. Planiranje obuhvaća identifikaciju cilja i publike, pisanje uključuje formuliranje argumenata i poziva na akciju, a revizija se fokusira na jačanje uvjerljivosti i jasnoće poruke.
2. **Kako se uspostavlja kredibilitet u uvjeravajućim porukama i koje tehnike se mogu koristiti za poboljšanje kredibiliteta?**
  - Kredibilitet se uspostavlja kroz jasno iznošenje činjenica, korištenje pouzdanih izvora i transparentno komuniciranje motiva. Tehnike uključuju korištenje stručnih svjedočenja, statistike i pokazivanje dosljednosti.
3. **Kako AIDA model pomaže u strukturiranju uvjeravajućih poruka i koje su faze tog modela?**
  - AIDA model pomaže strukturirati poruke tako da privuče pažnju (Attention), izazove interes (Interest), izazove želju (Desire), i potakne na akciju (Action). Svaka faza vodi korisnika kroz proces uvjeravanja.
4. **Koji su ključni aspekti u analizi publike kada se pišu uvjeravajuće poruke i kako demografija i psihografija utječu na prilagodbu poruka?**
  - Ključni aspekti uključuju razumijevanje potreba, interesa, uvjerenja i vrijednosti publike. Demografija daje uvid u dob, spol i obrazovanje, dok psihografija pruža informacije o stavovima, stilu života i vrijednostima, što omogućava bolju prilagodbu poruke.
5. **Koje etičke smjernice treba uzeti u obzir pri sastavljanju marketinških i prodajnih poruka kako bi se izbjegle etičke pogreške?**
  - Etičke smjernice uključuju iskrenost, transparentnost, izbjegavanje obmanjujućih tvrdnji, poštivanje privatnosti i osiguravanje da poruke nisu manipulativne.

## 6. Prezentacija: "Pronalaženje informacija i pisanje prijedloga i izvještaja"

### Pitanja i odgovori:

1. **Objasnite korake učinkovitog procesa poslovnog istraživanja.**
  - Koraci uključuju definiranje problema istraživanja, odabir metoda prikupljanja podataka, prikupljanje podataka, analizu podataka i izvještavanje rezultata.
2. **Koji su kriteriji za vrednovanje izvora informacija u poslovnom istraživanju?**
  - Kriteriji uključuju vjerodostojnost izvora, aktualnost informacija, relevantnost podataka za istraživačko pitanje, i objektivnost izvora.
3. **Razlikujte između primarnog i sekundarnog istraživanja te navedite primjere kada je primjereno koristiti svaku vrstu istraživanja.**
  - Primarno istraživanje uključuje prikupljanje novih podataka za specifične svrhe istraživanja, dok sekundarno istraživanje koristi već postojeće podatke. Primarno se koristi kada su potrebni specifični podaci, a sekundarno kada se mogu koristiti generalni podaci.
4. **Koje su etičke smjernice potrebne za održavanje integriteta tijekom prikupljanja i obrade informacija u poslovnom kontekstu?**
  - Etičke smjernice uključuju poštivanje prava na privatnost, osiguravanje pristanka za prikupljanje podataka, izbjegavanje plagijata, i objektivno izvještavanje rezultata.
5. **Kako strukturirati poslovni izvještaj koji uključuje analitičke elemente i preporuke?**
  - Struktura treba uključivati uvod, metodologiju, nalaze analize, diskusiju rezultata, preporuke temeljene na nalazima, i zaključak.

## 7. Prezentacija: "Komunikacijske i prezentacijske vještine"

### Pitanja i odgovori:

1. **Koje su razlike između verbalne i neverbalne komunikacije te kako one utječu na percepciju poruke?**
  - Verbalna komunikacija uključuje upotrebu riječi i jezika za izražavanje poruka, dok neverbalna komunikacija koristi geste, izraze lica, ton glasa i druge vizualne i tjelesne signale. Neverbalna komunikacija može pojačati ili kontradiktirati verbalnu komunikaciju, čime značajno utječe na kako se poruka percipira.
2. **Objasnite pojam "rapport" i navedite metode kako ga izgraditi tijekom komunikacije.**
  - Rapport je stanje uzajamnog razumijevanja i harmonije koje se postiže kada komunikatori uspješno usklade svoje verbalne i neverbalne poruke. Izgradnja rapporta uključuje pokazivanje empatije, aktivno slušanje, zrcaljenje neverbalnih signala sugovornika, i prilagodbu komunikacijskog stila.
3. **Kako se primjenjuje 4MAT sustav u strukturiranju efikasne prezentacije?**

- 4MAT sustav se koristi za strukturiranje prezentacija u četiri kvadranta koji odgovaraju različitim stilovima učenja: Zašto, Što, Kako, i Što ako. To omogućuje predavaču da adresira različite potrebe publike, pokrivajući motive, činjenice, procese i hipotetička razmatranja kako bi se maksimiziralo razumijevanje i angažman.
4. **Što su reprezentacijski sustavi u kontekstu komunikacijskih vještina i kako oni utječu na interakciju?**
- Reprezentacijski sustavi su načini na koje ljudi preferiraju primati i procesuirati informacije, koji mogu biti vizualni, auditivni, kinestetički, ili digitalni (jezični). Poznavanje i prilagodba ovim sustavima može poboljšati efikasnost komunikacije prilagođavanjem poruka kako bi se uskladile s preferencijama sugovornika.
5. **Objasnite značaj perceptivnih položaja u komunikaciji i kako oni pomažu u razumijevanju tuđih perspektiva.**
- Perceptivni položaji su mentalni stavovi koji omogućuju pojedincu da vidi situaciju iz različitih perspektiva, kao što su vlastita perspektiva, perspektiva druge osobe, i neutralna, vanjska perspektiva. Oni pomažu u razumijevanju i empatiji prema različitim gledištima, čime se olakšava rješavanje konflikata i poboljšava suradnja.