

NAZIV PREDMETA	Poslovno pregovaranje			
Kod	EUBB17	Godina studija	3	
Nositelj/i predmeta	prof.dr.sc. Mirela Mihić doc.dr.sc. Ljiljana Najev Čačija doc.dr.sc. Ivana Kursan Milaković	Bodovna vrijednost (ECTS)	5	
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S
			V	T
Status predmeta	izborni	Postotak primjene e-učenja	20%	
OPIS PREDMETA				
Ciljevi predmeta	Cilj ovog kolegija jest upoznati studente s komunikacijskim i prodajnim vještinama i tehnikama, umijećem i taktikama pregovaranja te ih osposobiti da istima ovladaju i da ih u danoj poslovnoj situaciji primijene. Studenti će moći primijeniti odgovarajuće pristupe i metode u pojedinim fazama prodajnog procesa u cilju prilagodbe prodajnog nastupa pojedinom kupcu ili grupi kupaca i stvaranja/građenja dobrog odnosa s kupcem.			
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Propisani Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju. Poznavanje osnovnih programa Microsoft Office-a.			
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<p><b>Ishod učenja predmeta:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Analizirati komunikacijske i prodajne vještine, kao i češće korištene taktike pregovaranja te ih povezati sa danim poslovnim i životnim situacijama.</li> </ol> <p><b>Pojedinačni ishodi učenja:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Procijeniti odgovarajuće ponašanje prodajnog osoblja temeljem identificiranih komunikacijskih vještina/stilova kupca/barijera u komunikaciji;</li> <li>Analizirati korištene pristupe i metode u pojedinim fazama prodajnog procesa u cilju prilagodbe prodajnog nastupa kupcu/grupi kupaca.;</li> <li>Identificirati taktike pregovaranja oponenta/druge strane sa svrhom efikasnog odgovora na iste.;</li> <li>Identificirati važnije čimbenike koji utječu na kroskulturno pregovaranje.</li> </ol>			
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave		<b>Predavanja</b>	<b>Sati</b>	<b>Vježbe</b>
		Uvod u osobnu prodaju. Upoznavanje s načinom rada. Pojam, uloga i značaj prodavača. Predrasude o prodajnoj profesiji.	2	Uvod u projektni zadatak – svrha, ciljevi i način izrade.
		Komunikacijski proces. Verbalna komunikacija. Slušanje. Barijere uspješnog komuniciranja.	2	Podjela tema projektnog zadatka i njihovo objašnjenje.
		Neverbalna komunikacija	2	Neverbalna komunikacija – tumačenje neverbalnih znakova i odgovor na iste.
			<b>Sati</b>	
				2
				2
				2

	Osnovni komunikacijski stilovi	2	Određivanje vlastitog komunikacijskog stila i stila sugovornika.	2	
	Faza pripreme prodavača. Traženje potencijalnih kupca. Pristup kupcu	2	Metode traženja potencijalnih kupaca. Pristup kupcu.	2	
	Pristup kupcu telefonom	2	Pristup kupcu telefonom. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Istraživanje i identificiranje potreba kupaca.	2	Istraživanje i identificiranje potreba kupaca. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Prezentiranje proizvoda/usluge.	2	Prezentiranje proizvoda/usluge. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Otklanjanje prigovora.	2	Prezentiranje proizvoda/usluge (nastavak). Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Zaključivanje prodaje.	2	Otklanjanje prigovora. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Postprodajni kontakt s kupcem. Suočavanje sa stresnim situacijama.	2	Zaključivanje prodaje. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Osnove pregovaranja. Strategija i taktike pregovaranja-pogađanja, uz odgovor na taktike suprotne strane.	2	Postprodajni kontakt s kupcem. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.	2	
	Pregovaranje s inozemnim poslovnim partnerom.	2	Prezentacija projektnog zadatka, uz davanje osvrta/komentara na iste.	2	
Vrste izvođenja nastave:	<input type="checkbox"/> predavanja <input type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> gost iz prakse		
Obveze studenata	Da bi ostvario pravo na potpis redoviti student mora pohađati predavanja i vježbe minimalno 60% (pri čemu nije moguće kompenzirati jedno s drugim), pristupiti evaluacijskim zadacima (minimalno njih 2), te izraditi 50% projektnog zadatka, pri čemu isti mora biti pozitivno ocijenjen.				
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1.6	Istraživanje	Praktični zadaci/evaluacijski testovi	0.2
	Eksperimentalni rad		Referat	Aktivnost u nastavi	
	Esej		Seminarski rad	(Ostalo upisati)	
	Kolokviji	1.9	Usmeni ispit	(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit	1.9*	Projekt	1.3	(Ostalo upisati)

2021./2022.

19/10/21-2.Sj.FV

<p>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</p>	<p>Ispit se sastoji od pisanog dijela te izrade grupnog projektnog zadatka i njegove usmene prezentacije. Broj studenata u grupi određuje nastavnik. Projektni zadatak će se sastojati od više dijelova (7 zadataka), a radit će se kontinuirano tijekom godine. Pojedini dijelovi prezentirat/diskutirat će se kontinuirano na vježbama, dok će se završna prezentacija (dvije faze prodajnog procesa po izboru nastavnika) održati na predavanjima.</p> <p>Tijekom godine organizirat će se dva kolokvija. Uvjet za pristupanje drugom kolokviju je pozitivno ocijenjen prvi kolokvij.</p> <p>Ispit se smatra položenim ako je student:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ostvario prolaznu ocjenu iz pisanih provjera znanja (minimalno 50% iz oba kolokvija)</li> <li>- predao i pozitivno izradio projektni zadatak, odnosno ostvario pozitivnu ocjenu iz svih njegovih dijelova.</li> <li>- aktivno sudjelovao u prezentaciji projektnog zadatka</li> </ul> <p>Ukupna ocjena će se zaključiti na temelju ocjena I i II. kolokvija, kao i ocjene projektnog zadatka u omjeru 30%:30%:40%, pri čemu na projektni zadatak (analiza pojedinih faza prodajnog procesa) otpada 30%, a njegovu prezentaciju 10%.</p> <p>Bodovni pragovi (%) i odgovarajuće ocjene za pisane provjere znanja iznose:</p> <p>0-49 nedovoljan (1)  50-62 dovoljan (2)  63-75 dobar (3)  76-88 vrlo dobar (4)  89-100 izvrstan (5)</p> <p>*Ukoliko student ne zadovolji na kolokvijima dužan je polagati završni ispit u pisanom obliku. Ako je student ostvario ukupnu ocjenu između dvije pozitivne ocjene (npr. između 3 i 4), pri čemu je pohađao nastavu 77% i više, zaključit će mu se ona viša. Studenti koji su pohađali nastavu manje od 77% za višu ocjenu mogu odgovarati ako to žele.</p>																										
<p>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 1249 1086 1361">Naslov</th> <th data-bbox="1086 1249 1254 1361">Broj primjeraka u knjižnici</th> <th data-bbox="1254 1249 1455 1361">Dostupnost putem ostalih medija</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 1361 1086 1402">Materijali dani na nastavi, 2021</td> <td data-bbox="1086 1361 1254 1402"></td> <td data-bbox="1254 1361 1455 1402">Moodle</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1402 1086 1509">Mihčić, M., <i>Upravljanje osobnom prodajom: Vještine prodaje i pregovaranja</i>, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, prosinac 2008.</td> <td data-bbox="1086 1402 1254 1509">10</td> <td data-bbox="1254 1402 1455 1509"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1509 1086 1585">Futrell, Ch., Agnihotri, R., et al., <i>ABCs of Relationship Selling Through Service</i>, McGraw-Hill Education, 2020.</td> <td data-bbox="1086 1509 1254 1585"></td> <td data-bbox="1254 1509 1455 1585">da</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1585 1086 1626"></td> <td data-bbox="1086 1585 1254 1626"></td> <td data-bbox="1254 1585 1455 1626"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1626 1086 1666"></td> <td data-bbox="1086 1626 1254 1666"></td> <td data-bbox="1254 1626 1455 1666"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1666 1086 1706"></td> <td data-bbox="1086 1666 1254 1706"></td> <td data-bbox="1254 1666 1455 1706"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1706 1086 1765"></td> <td data-bbox="1086 1706 1254 1765"></td> <td data-bbox="1254 1706 1455 1765"></td> </tr> </tbody> </table>	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija	Materijali dani na nastavi, 2021		Moodle	Mihčić, M., <i>Upravljanje osobnom prodajom: Vještine prodaje i pregovaranja</i> , Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, prosinac 2008.	10		Futrell, Ch., Agnihotri, R., et al., <i>ABCs of Relationship Selling Through Service</i> , McGraw-Hill Education, 2020.		da														
Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija																									
Materijali dani na nastavi, 2021		Moodle																									
Mihčić, M., <i>Upravljanje osobnom prodajom: Vještine prodaje i pregovaranja</i> , Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, prosinac 2008.	10																										
Futrell, Ch., Agnihotri, R., et al., <i>ABCs of Relationship Selling Through Service</i> , McGraw-Hill Education, 2020.		da																									
<p>Dopunska literatura</p>	<p><b>Udžbenici i knjige:</b>  Manning G.L., Ahearne, M., Reece, B. L., <i>Selling Today: Partnering to Create Value</i>, 14th, Pearson, 2017.  Tomašević Lišanin, M., <i>Profesionalna prodaja i pregovaranje</i>, HUPUP, Zagreb, 2010.  Mihčić, M., <i>Kroskulturalno ponašanje potrošača i marketinška komunikacija (Poglavlje: Kroskulturalno pregovaranje u prodaji)</i>, 2010., Ekonomski fakultet u Splitu, 2010.</p>																										

	<p>Pease, A., Pease, B., <i>The Definitive Book of Body Language: The Secret Meaning Behind People's Gestures</i>, 2006.</p> <p>Ostali izvori:</p> <p>Kulturološke razlike u poslovnim protokolima, 2018  <a href="https://www.mirakul.hr/blog/kulturoloske-razlike-poslovnim-protokolima">https://www.mirakul.hr/blog/kulturoloske-razlike-poslovnim-protokolima</a>  Vijesti/članci s portala/časopisa Poslovni dnevnik (<a href="http://www.poslovni.hr">www.poslovni.hr</a>)  Vijesti/članci s portala Lider (<a href="http://www.liderpress.hr">www.liderpress.hr</a>)  <u><a href="https://www.masterclass.com/articles/how-to-read-body-language#5-ways-to-read-positive-body-language">How to Read Body Language: 10 Ways to Recognize Nonverbal Cues - 2021 - MasterClass</a></u>  <a href="https://www.masterclass.com/articles/how-to-read-body-language#5-ways-to-read-positive-body-language">https://www.masterclass.com/articles/how-to-read-body-language#5-ways-to-read-positive-body-language</a>  Internet stranice koje nude sadržaje o poslovnim običajima, bontonu i etici u međunarodnom poslovanju, kao npr. one tvrtke Kwintessential (<a href="https://www.kwintessential.co.uk/resources-types/guides">https://www.kwintessential.co.uk/resources-types/guides</a>)</p>
<p>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik)</li> <li>• Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu)</li> <li>• Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu)</li> <li>• Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete)</li> <li>• Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu)</li> </ul>
<p>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</p>	