

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	6
1.1. PREDMET I PROBLEM ISTRAŽIVANJA.....	6
1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....	7
1.3. OSNOVNA HIPOTEZA.....	7
1.4. STRUKTURA RADA.....	7
2. POJAM KOMUNIKACIJE I KOMUNICIRANJA U POSLOVANJU .....	8
2.1. KOMUNIKACIJA- PRENOS I RAZUMIJEVANJE PORUKE.....	8
2.1.1. Poruka-selekcija informacija.....	8
2.1.2. Kodiranje.....	8
2.1.3. Kanal-prenos poruke .....	9
2.1.4. Primaoc- primanje poruke .....	9
2.1.5. Proces dekodiranja poruke od strane primaoca.....	10
2.1.6. Feedback- povratna sprega.....	10
2.2. KOMUNIKACIJA U POSLOVANJU.....	10
2.3. VRSTE KOMUNIKACIJE .....	13
2.3.1. Usklađivanje verbalnih i neverbalnih poruka.....	15
2.3.2. Povjerenje kao elemenat poslovne komunikacije .....	15
3. OSNOVE POSLOVNOG PREGOVARANJA.....	16
3.1. ISTORIJSKI PRIKAZ PREGOVARANJA.....	16
3.2. DEFINICIJA I ZNAČAJ POSLOVNOG PREGOVARANJA.....	17
3.3. VRSTE PREGOVARANJA .....	18
3.3.1. Kompetitivno pregovaranje (distributivno,suparničko) .....	18
3.3.2. Kooperativno pregovaranje (saradničko).....	18
3.3.3. Harvardski model pregovaranja .....	19
3.3.4. Važnost slušanja u pregovaračkom procesu.....	20
3.3.5. Važnost razumijevanja u pregovaračkom procesu.....	20
3.3.6. Važnost uvjeravanja u pregovaračkom procesu.....	21

3.4. OSNOVNI PRINCIPI PREGOVARANJA .....	21
3.4.1. Batna.....	22
3.4.2. Najniža/najviša prihvatljiva cijena .....	23
3.4.3. Zopa.....	24
3.4.4. Stvaranje vrijednosti.....	24
3.4.5. Ustupci .....	25
3.4.6. Vještine pregovarača .....	26
4. VAŽNOST KOMUNIKACIJE I PREGOVARANJA NA KREDITNOM TRŽIŠTU.....	27
4.1. MEHANIZMI TRŽIŠNOG KOMUNICIRANJA .....	27
4.1.1 Medijsko oglašavanje.....	27
4.1.2. Odnosi sa javnošću.....	28
4.1.3. Publicitet.....	28
4.1.4. Unapređenje prodaje .....	30
4.1.5. Sponzorska promocija.....	30
4.1.6. Direktni marketing .....	31
4.1.7. Društvene mreže.....	32
4.1.8. Propaganda na mjestu prodaje.....	33
4.2. BARIJERE TRŽIŠNOG PREGOVARANJA.....	33
4.2.1. Kulturalne barijere.....	33
4.2.2. Jezičke barijere .....	34
4.2.3. Običaji i tradicija kao barijere poslovnog komuniciranja .....	34
4.2.4. Vrijednosti i stavovi .....	34
4.2.5. Religija .....	34
4.2.6. Regulativne barijere .....	35
4.2.7. Infrastrukturne barijere.....	35
4.3. VAŽNOST MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE .....	35
4.4. FAZE PREGPOVARAČKOG PROCESA.....	37
4.5. PROBLEMI U KOMUNIKACIJI.....	38
ZAKLJUČAK .....	40

LITERATURA.....	41
POPIS ILUSTRACIJA.....	43