

ŠKOLA ZA MODU I DIZAJN
Prilaz baruna Filipovića 30
10 000 ZAGREB

Nastavni predmet: MODNA TVRTKA

Zanimanje: MODNI TEHNIČAR

Razred: treći

I. dio

POSLOVNA ETIKA I ULJUDNO PONAŠANJE

Autor: Julijana Šijić

ZAGREB, 30. rujna 2022.

UVOD

Ovaj nastavni materijal predviđen je za 12 sati rada u okviru predmeta Modna tvrtka u 3. razredu zanimanja Modni tehničar a obuhvaća područje POSLOVNA ETIKA I ULJUDNO PONAŠANJE.

Ovi didaktički i metodički oblikovani nastavni sadržaji izrađeni su u svrhu samostalnog učenja i učenja na daljinu uz potporu i usmjeravanje od strane nastavnika. Učenje se sastoji od čitanja s razumijevanjem, pisanja zabilješki, razumijevanja i objašnjavanja naučenog, ponavljanja, provjere znanja i samo vrjednovanja.

CILJ

Cilj ovih nastavnih materijala je stjecanje osnovnih teorijskih znanja potrebnih za razumijevanje i proširivanje stručnih sadržaja iz područja MODNA TVRTKA. Temeljna znanja iz područja modne tvrtke, predviđena ovim nastavnim materijalima, su osnova za usvajanje poduzetničkih znanja neizostavnih za pokretanje i vođenje vlastite tvrtke.

ISHODI UČENJA:

- primjenjivati temeljna načela bontona
- komunicirati sa suradnicima i kupcima
- koristiti moralan i etički odnos prema radu

UPUTE ZA KORIŠTENJE NASTAVNIH MATERIJALA I USPJEŠNO UČENJE:

- nastavne materijale čitati s razumijevanjem
- nakon svake cjeline nalaze se zadaci za ponavljanje i samo procjenu učenja
- organizirati i planirati učenje (dnevni i tjedni plan)
- pri čitanju predočiti pročitano (vizualizirati)
- učiti s pauzama (da bi se postiglo dugotrajno pamćenje)
- ponavljati i utvrđivati nastavni sadržaj u određenim vremenskim razmacima, (uz promišljanje, a ne samo puko čitanje i zapamćivanje činjenica)
- pri učenju raditi umne mape
- podcrtavati ključne pojmove i voditi bilješke na margini teksta i na kraju
- povezati nove sadržaje i informacije s već poznatim

SADRŽAJ

1. POSLOVNA ETIKA I ULJUDNO PONAŠANJE	5
1.1. Osnovni pojmovi: etika, moral i pravila ponašanja	5
1.2. Temeljna načela bontona: pozdrav, upoznavanje, rukovanje, oslovljavanje, ponašanje u školi, na radnom mjestu i na javnom mjestu	10
ZADACI ZA SAMOPROVJERU	16
SAMOVJRJEDNOVANJE	20

Nastavna cjelina	Ključni pojmovi
<p>POSLOVNA ETIKA I ULJUDNO PONAŠANJE</p> <p>Etika je znanost o moralu. Ona proučava načela moralno dobrog djelovanja čovjeka kao bića zajednice, odnosno etika proučava načela dobrog i lošeg ponašanja.</p> <p>Etika je filozofska disciplina koja traga za ispravnom odlukom ili za ispravnim djelovanjem, ona propisuje skup pravila koja pridonose dobrobiti društva.</p> <p>Osnovni etički pojmovi dobra i zla Dobro daje vrijednost, vrlinu pojedinačnom biću i ono je stvar odabira vlastitih postupaka. Zlo je nedostatak dobra, pravilnoga, reda i poretka. Riječ je o bolesnom stanju koje izjeda i ruši cjelovitost fizičkog i socijalnog bića.</p> <p>U središtu proučavanja etike je čovjek i ljudsko dostojanstvo. Etika je usmjerena nepovredivosti osobe, odnosno zauzimanje za jednaka prava sebi i drugima. I religija ima ulogu u etici, jer prenosi socijalne norme, tumačeći ih kao Božju volju. Religijske knjige svojevrstni su moralni zakoni po kojima bi ljudi trebali živjeti. U različitim religijama nalazimo slične moralne stavove</p> <p>Moral (lat. moris = običaj) odnosi se na primjenu etike u ljudskom životu. Učenje o moralu ima zadaću upoznati nas s pravilima određenog društva, sa sadržajem i načinom međusobnih odnosa ljudi.</p> <p>Moral je skup nepisanih pravila kojima se reguliraju odnosi kako između članova zajednice uzajamno, tako i između pojedinca i zajednice.</p> <p>Poslovanje je aktivnost koja bi trebala pridonositi općem dobru, međutim često se kao prioritet stavlja povećanje vrijednosti prodajom roba i usluga, odnosno težnja je stavljena na profit. Upravo u ovoj problematici dolazi do izražaja važnost poslovne etike koja treba utvrditi kako je moguće povećati moralnu i etičku razinu poslovanja</p> <p>Temeljne su vrline, odnosno zajedničke točke velikih svjetskih religija:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ljubav, prijateljstvo, poštovanje, jednakost, blagost, obzirnost, ljubaznost, hrabrost, mudrost, lojalnost, odanost, vjera, nadanje, dobronamjernost, humanost, darežljivost, milosrdnost, sućut, pravednost, velikodušnost, ne uzimati tuđe, ne lagati, ne biti razvratan. 	<p>etika</p> <p>poslovna etika</p> <p>moral</p> <p>temeljna načela</p>

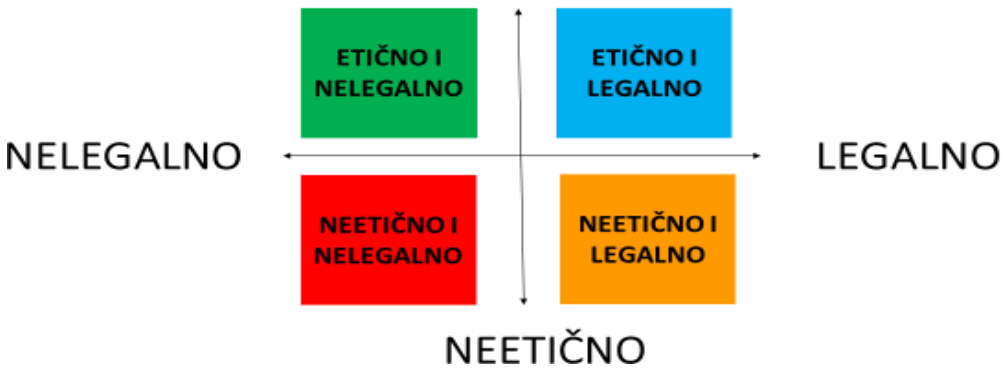
<p>Etika poslovanja ili poslovna etika vrsta je primijenjene etike koja istražuje primjenu općeprihvaćenih etičkih normi i načela u poslovanju pojedinaca i kompanija u zemlji i u inozemstvu. Da bi neko poduzeće moglo postupati prema etičkim pravilima definirana su načela koja pokazuju kako primjenjivati i razumjeti važnost etike u poslovnom životu poduzeća. Uz pomoć danih načela poduzeće će lakše razraditi svoju „etičku sliku“ koja će odražavati prepoznatljivost poduzeća ili pak osobine i težnje onoga tko će tu sliku kreirati.</p> <p>Poslovna etika ili etika prakse primjena je etičkih načela u poslovnim odnosima. Poslovna etika polazi od pretpostavke da u gospodarstvu ne smije biti prioritarno djelovanje isključivo po načelu ekonomske racionalnosti (Profit da, ali ne pod svaku cijenu), nego treba voditi računa i o posljedicama gospodarskih aktivnosti i poslovnih odluka za društvo, okružje i ključne sudionike.</p> <p>Treba voditi računa o činjenici da je ponašanje 75% reakcijsko, odnosno svaka komunikacijska akcija izaziva srodan odgovor, što potvrđuje i izreka: "Kako ti meni, tako ja tebi" Poznata je i sljedeća narodna izreka: "Izgubljeno je povjerenje kao mladost – nikada se ne vraća".</p> <p>Sukladno Kantovu kategoričkom imperativu, maksima poslovne etike glasi: Radi tako da učinci tvojega rada budu prihvatljivi za trajan i kvalitetan ljudski život na Zemlji.</p>	<p>poslovna etika</p>
<p>Predmet poslovne etike čine:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pitanja moralne odgovornosti i čovjeka kao člana poduzeća – prema sebi, prema kolegama na poslu, okruženju i zajednici; - pitanja uspostavljanja moralnog subjektiviteta poduzeća – unutar poduzeća, prema okruženju, dioničarima, kupcima - pitanja društveno – socijalne odgovornosti poduzeća – poštovanje potreba okružja u kojem djeluje 	<p>predmet poslovne etike</p>
<p>Subjekti suvremene poslovne etike:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pojedinac - poduzeće ili korporacija - pravna osoba - država - društvo 	<p>subjekti poslovne etike</p>
<p>Etičke dileme su situacije koje su moralno problematične i u kojima se morate zapitati što je ispravno učiniti. Etičke dileme tjeraju pojedince da se zapitaju o svojim obvezama, dužnostima i odgovornostima, mogu biti vrlo složene i teško razrješive.</p>	<p>etičke dileme</p>

Neke dileme s kojima se susreću poduzetnici ali i menadžeri su:

1. pohlepa,
2. prikriivanje i netočno prikazivanje stanja u izvješćima,
3. navođenje na pogrešne zaključke o proizvodima,
4. kršenje date riječi ili prevara u vezi dogovorenih uvjeta ili rokova,
5. usvajanje poslovne politike koja će imati za rezultat da drugi moraju lagati kako bi se posao završio,
6. nedovoljna lojalnost poduzeću u nepovoljnim vremenima,
7. slaba kvaliteta,
8. samouvjerenost na rizik poduzeća,
9. ponižavanje podređenih,
10. slijepo pokoravanje autoritetu,
11. sukob interesa,
12. dogovaranje cijena,
13. popuštanje da se ukaže na neetične postupke,
14. zanemarivanje obitelji ili osobnih potreba,
15. dodvoravanje ljudima koji se nalaze više na hijerarhijskoj ljestvici, umjesto savjesnog obavljanja posla,
16. namjerno nepotpuno izvješćivanje zaposlenih,
17. sklapanje ugovora sa sumnjivim poslovnim partnerima,
18. odbijanje prihvaćanja odgovornosti za krive postupke učinjene namjerno ili nenamjerno(...)

Tri pitanja na koja treba odgovoriti kada se susretnete sa etičkom dilemom!

- Je li to zakonito? Ili, drugim riječima, hoću li povrijediti zakon ili propise tvrtke upuštajući se u neku aktivnost.
- Je li postignuta ravnoteža odnosa? Da li je to što ću napraviti pravedno prema svim uključenim stranama, u dugom i kratkom roku? Je li to win-win situacija za sve direktno ili indirektno uključene?
- Je li to ispravno? Kako ću se osjećati nakon toga? Kako bi se osjećao da se to objavi u novinama ili sazna moja obitelj? Da li sam ponosan na nju i da li bih volio da drugi znaju za tu odluku?

<p style="text-align: center;">KLASIFIKACIJA ETIČNOSTI ODLUKA</p> <p style="text-align: center;">ETIČNO</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">NELEGALNO LEGALNO</p> <p style="text-align: center;">NEETIČNO</p>	<p>klasifikacija etičnosti odluka</p>
<p>Analiza etičkih problema</p> <p>Kriteriji za analizu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Korist – je li dobit nadvisila troškove?(usporedba) – dobit donosi više dobra za veći broj ljudi 2. Prava – jesu li poštivana ljudska prava? (određivanje i zaštita) – osnovna ljudska prava 3. Pravednost – je li uspostavljena ravnoteža odnosa? – je li pošteno, tj. na obostrani dobitak? (radnici – uprava) 	<p>analiza etičkih problema</p>
<p>Pravila etičnog ponašanja olakšavaju odabir najboljeg načina ponašanja u poslovanju te pomažu u ujednačavanju etičnog djelovanja kako bi poslovanje bilo moguće bez etičkih i kulturoloških sukoba.</p>	<p>pravila etičnog ponašanja</p>
<p>Etički standardi i pravila odnose se na temeljna ljudska prava (samoodređenje, sloboda, vlasništvo, život...). S obzirom da pravila nisu uvijek svima dovoljna, u njih se ugrađuje i svojevrstan mehanizam prisile koji suzuje prostor za neetično djelovanje. Norme su vrsta pravila, tj. točan propis, uputa i mjerilo nekog mišljenja i djelovanja. Takva mjerila uređuju međusobne odnose u svakodnevnom životu i komunikaciji. Brojna su pravila (norme) etičkog ponašanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pristojnost (bonton), ponašanje u obitelji, na radnom mjestu, u školi - shvaćanje onoga što je moralno i ispravno u određenoj situaciji - primjena načela u vezi s pitanjima očuvanja života, okoliša, eutanazije, odabira manjeg zla (veće koristi), socijalne pravednosti,... 	<p>etički standardi</p>
<p>Etički kodeks</p> <p>Mnoge udruge, ustanove i tvrtke izrađuju vlastite kodekse (pravilnike) etike u poslovanju.</p>	<p>etički kodeks</p>

<p>Kodeks je skup pisanih pravila koja govore o tome kako se treba ponašati u gospodarstvu te obuhvaćaju i jamče određenu razinu odnosa, kulture ponašanja, morala i etike.</p> <p>Etička načela trebaju pridonijeti većoj humanosti i uspješnosti u obavljanju poslovnih funkcija i stvaranju više razine poslovne kulture. Istraživanje objavljeno u The Business and Society Report, pokazuje da su poduzeća koja su razvila etičku kulturu, ostvarila bolje rezultate za 200 do 300 posto.</p> <p>Etički kodeks svojevrsan je izraz poslovne filozofije tvrtke ili ustanove koja ga je sastavila. Kako bi se on mogao prihvatiti u praksi treba ga napisati jasno i jednostavno.</p> <p>Svrha je poslovne etike zadržati moralnost u ovom promjenjivom razdoblju kroz koje prolazi naša zemlja, stvoriti i održavati timski duh tvrtke, pokrenuti djelatnike da daju najviše od sebe.</p> <p>Temeljna načela poslovnog ponašanja trebaju se zasnivati na etičkim vrijednostima: zakonitost rada i poslovanja, profesionalnost, stručnost, poštenje, savjesnost i odgovornost.</p> <p>Uljudno ponašanje počiva na tradiciji, društvenim očekivanjima i pravilima ponašanja koji izviru iz temeljnih društvenih vrijednosti: razumijevanje, tolerancija, ljubaznost i zdrav razum.</p> <p>Što znači pristojno se ponašati?</p> <ul style="list-style-type: none"> - voditi računa o drugima - biti na raspolaganju kada smo potrebni - ne biti nametljiv <p>Zašto se danas pristojno ne ponašamo?</p> <ul style="list-style-type: none"> - bojimo se da je ljubaznost slabost i - bojimo se da ćemo na taj način biti izloženi <p>Zašto bismo se trebali ljubazno ponašati?</p> <ul style="list-style-type: none"> - mehanizam reaktivnosti (kako se ja ponašam prema drugima tako će se i oni ponašati prema meni) - prilika za dobar prvi dojam - uvijek smo dobrodošli u društvo - od uslužnog djelatnika se prije svega očekuje ljubaznost 	<p>temeljna načela poslovnog ponašanja</p> <p>uljudno ponašanje</p> <p>pristojno ponašanje</p> <p>ljubazno ponašanje</p>
--	--

<p>Imidž je emocionalna slika, tj. predodžba o nekoj osobi, objektu, poduzeću, proizvodu a može biti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pozitivan - neutralan - negativan 	imidž
<p>Osobni imidž je emocionalna slika, tj. predodžba o nekoj osobi</p> <ul style="list-style-type: none"> - ima presudnu važnost u poslovnim kontaktima - kod prvog dojma najvažnija je vizualna komponenta (odijevanje, urednost, nastup) 	osobni imidž
<p>Korporativni imidž je višedimenzionalna mentalna slika o tvrtki/korporaciji u tržišnom okruženju govori o tome koliko je poduzeće: poznato, kolika mu je veličina, kakvi su mu rezultati poslovanja, tradicija, vizualna prepoznatljivost, izloženost u javnosti i odnosi s javnošću</p> <ul style="list-style-type: none"> - dokazana je uska povezanost osobnog imidža djelatnika i korporativnog imidža 	korporativni imidž
<p>10 pravila za dobar prvi dojam</p> <ul style="list-style-type: none"> - gledati klijenta u oči - vedar izraz lica - oslovljavati klijenta imenom - ispravno rukovanje s kupcem - prirodno ljubazan odnos spram kupca, otvoren položaj tijela - slušati aktivno - govoriti malo i razborito - usmjeravati razgovor postavljanjem pitanja - naći dodirne točke, sličnosti i graditi partnerstvo s kupcem - izbjegavati sve što razdvaja – politika, spol, dob, vjera, obrazovanje i dr. 	prvi dojam
<p><u>Temeljna načela bontona: pozdrav, upoznavanje, rukovanje, oslovljavanje, ponašanje u školi, na radnom mjestu i na javnom mjestu</u></p> <p>Pozdrav</p> <ul style="list-style-type: none"> - oblik je ljudskog odnosa - bez njega se ne može - prodavač je domaćin i on pozdravlja prvi kupca - pozdraviti jasno, glasno, prijateljski, ljubaznim tonom - obavezan osmjeh - kontakt očima - tijelo okrenuto prema sugovorniku 	pozdrav

Pozdrav - kupac dobiva dojam o nama

- nakon pozdrava slijedi prodajno razgovor o kojem često ovisi hoće li kupac postati "stalan" kupac
- važni trenutci o kojima ovisi što će kupac misliti o nama:
 - vrijeme čekanja na uslugu
 - tretman kupca
 - osjećaj koji je stekao
- stečeno iskustvo nakon prodajnog razgovora, dolazi i pozdrav pri ispraćaju – trebao bi sadržavati poruku: "Veselim se vašem ponovnom posjetu!"

Upoznavanje

- razumijeva razmjenu informacija o identitetu: osobno ime i prezime, funkcija, eventualno titula i naziv tvrtke
- upoznati se možemo sami ili posredstvom neke treće osobe
- važno je kako se predstaviti jer se na toj osnovi stječe prvi dojam o nama i našoj tvrtki
- moramo paziti na vrijeme, odmjerenoost i mjesto zbivanja

upoznavanje

Upoznavanje može biti osobno i posredno

Osobno upoznavanje (2 osobe se upoznaju same, nema treće koja će ih upoznati)

Osobno upoznavanje mora biti: unaprijed pripremljeno, jasno, zanimljivo, kratko i pozitivno. Čin upoznavanja sastoji se od nekoliko radnji:

- verbalna komunikacija – tj. identifikacija riječima
- rukovanje prema pravilima bontona: žena prva pruža ruku muškarcu, stariji prvi pružaju ruku mlađima. prilikom rukovanja uvijek pružite desnu ruku, rukujte se kratko (oko 5 puta), rukovanje je obavezno prilikom čestitanja i izražavanja sućuti
- davanje i primanje posjetnice

Posredno upoznavanje

- idealno je predstavljanje putem treće osobe
- ako to treća osoba ne učini, nenametljivo se predstaviti sam
- pravila poslovnog bontona: osobu nižu po rangu predstaviti onoj sa višim rangom, ako su istog ranga, muškarac se predstavlja ženi, a mlađa osoba starijoj i kupac ima najviši rang
- gledati u oči
- jasno i glasno izgovoriti ime, prezime i funkciju osobe koju predstavljamo npr. "gospođa Ana Kos, direktorica marketinga"

<p>Ponašanje pri upoznavanju</p> <ul style="list-style-type: none"> - ustati - približiti se – pogled u oči – osmjeh - pružiti ruku (ako smo stariji po rangu, godinama ili žena) - pozdraviti drugu osobu i obratiti joj se imenom: “Dobar dan, gospođo Kos, ja sam...” - na kraju razgovora pozdraviti i rukovati se: “Doviđenja” ili “Bilo mi je drago” 	<p>ponašanje pri upoznavanju</p>
<p>Rukovanje</p> <ul style="list-style-type: none"> - komuniciranje dodirom osjetljiv je dio poslovne komunikacije - najčešće vrste doticaja: rukovanje, poslovno grljenje, tapšanje i društveni poljubac - ostavljamo loš ili dobar dojam - obavlja se stojeći (rijetko za stolom) - elementi rukovanja: čvrstoća, međusobna udaljenost, položaj tijela, kontakt očima, izraz lica, trajanje stiska I osmijeh 	
<p>Rukovanje – najčešće greške</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Lomljenje kostiju" – čelični stisak - nadmoć, grubost, agresija - "Rukavica" – obuhvaćanje ruke druge osobe objema rukama – u politici – zaštita, nadmoć - "Mrtva riba" – mlitavo rukovanje samo prstima – odbojnost, nezainteresiranost, nesigurnost - "Rukovanje na distanci" – daleko ispružena, ukočena ruka – opiranje, odmak, nadmoć - Nadmoćno rukovanje – dlan prema dolje – bahatost, nadmoćnost - Ponizno rukovanje – dlan prema gore 	
<p>Rukovanje - preporučeno</p> <ul style="list-style-type: none"> - izravno rukovanje - desna ruka uz tijelo, savinuta pod pravim kutom –udaljenost oko 05 m - šaku pružiti brzo i čvrsto - dlanovi okomito - stisak umjeren - drmanje oko 5 puta - osmijeh - kontakt očima - kurtoazne fraze 	

<p>Posjetnica</p> <ul style="list-style-type: none"> - predstavlja osobu i tvrtku - važno je kako je dizajnirana, na kojem papiru, gdje se drži, kako se daje i prima - uredna – držati je u kutijicama - razmjenjujemo je pri upoznavanju - primiti je sa poštovanjem - ne odbiti primiti posjetnicu - pitati osobu želi li posjetnicu - uobičajeno je dati je petorim osobama iako možemo podijeliti i većem broju osoba 	posjetnica
<p>Networking</p> <ul style="list-style-type: none"> - stvaranje korisnih susreta u poslovne svrhe - mrežna povezanost s drugim ljudima - u raznim klubovima, uz sportske aktivnosti, okupljališta 	mreža kontakata
<p>Oslovljavanje</p> <ul style="list-style-type: none"> - sastavni je dio upoznavanja i predstavljanja - bitno je pravilno oslovljavati - odraz kulture, odnosno odgoja - može biti u pisanom (ponuda, narudžba) i usmenom obliku • u pisanom obliku: način obraćanja primatelju, paziti na titule, važno u eksternom komuniciranju tvrtke i dio je imidža tvrtke - gospodin i gospođa u svim jezicima označavaju spol i negdje dob - u komunikaciji upotrijebiti riječ gospođa/gospodin te najvišu titulu ili naslov npr. gospodine gradonačelnice 	oslovljavanje
<p>Oslovljavanje: Obraćati se sa “Vi” svakoj osobi, bez obzira na starost i spol. Stariji izene predlažu prijelaz na “ti”. Pri oslovljavanju gospođi ili gospodinu može se pridodati i titula. Osobu se oslovljava imenom samo na njen prijedlog.</p>	
<p>Što je bonton i zašto nam je važan? Izraz bonton potječe iz francuskog jezika (bon=dobar + ton=način) i znači dobro, lijepo ponašanje.</p> <p>Bonton obuhvaća skup općih i osnovnih pravila ponašanja u svakodnevnicima i ostalim prigodama, kako bi se olakšala komunikacija među ljudima. Pravila bontona s vremenom su prerasla u kodekse (pravilnike), a jednim svojim dijelom podignuta su na višu razinu kao jedinstven diplomatski protokol.</p> <p>Kroz povijest postupno se razvio i dio bontona koji se odnosi na ponašanje u radnoj sredini i u poslovanju – poslovni bonton. U poslu, kao i u životu, bolje i brže napreduje osoba koja se zna sigurno i susretljivo ponašati. U ovo doba obilježeno stalnim promjenama i bonton se mijenja, sve je manje formalan i uglađen.</p> <p>Osnove bontona očuvane su u narodnim i religijskim običajima – tradiciji.</p>	bonton

<p>Cilj je svih pravila i normi uspostaviti sklad čovjeka i njegova okruženja. Zakon obzira prema drugima razumijeva taktičnost i izbjegavanje nekoga vrijeđati, ražalostiti, uznemiriti, odnosno dovesti u neopasnost druge osobe.</p> <p>Zlatno pravilo baština je civilizacije i ugrađeno je u sve religije i kulture, a može ga se svesti na zapovijed: "Ne čini drugima ono što ne želiš da drugi čine tebi".</p> <p>Svi oblici ljudske komunikacije izražavaju stupanj kulture, pa je poznavanje kulture poslovnih partnera veoma važno u poslovanju. Čovjek je društveno biće i posjeduje govornu komunikaciju.</p> <p>Znati dobro i ciljano komunicirati govorom je osobito važno u ponudi kupcu, klijentu. Poslovno ponašanje je važno zbog toga što ljudi procjenjuju i vrednuju vas i vašu tvrtku prema svojoj percepciji koja se stječe na temelju onoga što vide i osjete u kontaktu s vama i vašim poduzećem.</p> <p>Pozdravljanje: Muškarac uvijek prvi pozdravlja ženu. Mlađa osoba pozdravlja prva. Pri ulasku u poslovne prostorije stranka treba prva pozdraviti. Prodavač uvijek prvi pozdravlja kupca.</p> <p>Upoznavanje i predstavljanje: Muškarac se prvi predstavlja ženi. Mlađu ženu treba predstaviti starijoj. Mlada žena se predstavlja starijem muškarcu. Mlađa osoba se predstavlja starijoj. Domaćin međusobno upoznaje goste. Bračni par valja predstaviti zajedno. Pri predstavljanju parova reći njihova imena i prezimena. Kod predstavljanja, reći svoje ime i prezime. Bez titula. Pri upoznavanju se valja osmjehnuti i pogledati u oči. Muškarac pri upoznavanju treba ustati. Žena pri upoznavanju ne ustaje. Ne prekidati razgovor dvoje ljudi da bi nekog predstavili.</p> <p>Rukovanje: Žena prva pruža ruku muškarcu. Stariji prvi pružaju ruku mlađima. Pri rukovanju uvijek pružiti desnu ruku. Rukovati se kratko. Rukovanje je obavezno pričekivanju i izražavanju sućuti.</p> <p>Poslovni bonton – ponašanje na radnom mjestu: Osoba nižeg ranga uvijek se predstavlja osobi višeg ranga. Bez obzira na rang svi se predstavljaju kupcu ili klijentu. Osobu najvišeg ranga treba predstaviti prvu. Rukovati se na dolasku i na odlasku. Na poslovni sastanak ne kasniti više od pet minuta niti doći prerano. Kad posjetitelj uđe u ured, treba ustati.</p>	<p>poslovno ponašanje</p> <p>poslovni bonton</p>
---	--

PONAVLJANJE

POSLOVNA ETIKA I ULJUDNO PONAŠANJE

1. Etika je _____

2. Moral se odnosi na _____

3. Etika poslovanja ili poslovna etika je _____

4. Predmet poslovne etike čine:

a) _____

b) _____

c) _____

5. Etičke dileme su _____

6. Kriteriji za analizu etičkih problema:

a) _____

b) _____

c) _____

7. Etički kodeks je _____

8. Uljudno ponašanje počiva na _____

9. Što znači pristojno se ponašati?

a) _____

b) _____

c) _____

10. Imidž je _____

11. Karakteristike pozdrava su : _____

12. Upoznavanje karakterizira: _____

13. Rukovanje karakterizira: _____

14. Pravila za dobar prvi dojam:

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____
- f) _____
- g) _____
- h) _____
- i) _____
- j) _____

15. Posjetnica:

- a) predstavlja _____
 - b) važno je kako je _____, na kojem papiru, gdje se drži, kako se daje i prima
 - c) _____ – držati je u kutijicama
 - d) razmjenjujemo je pri _____
 - e) primiti je sa _____
 - f) ne _____ primiti posjetnicu
 - g) _____ osobu želi li posjetnicu
-

16. Networking

- a) stvaranje _____ susreta u poslovne svrhe
- b) mrežna _____ s drugim ljudima
- c) u raznim _____, uz sportske aktivnosti, okupljališta

17. Karakteristike oslovljavanja:

- a) sastavni je dio _____ i predstavljanja
- b) bitno je _____ oslovljavati
- c) odraz je _____, odnosno odgoja
- d) može biti u _____ i _____ obliku
- e) u pisanom obliku: način obraćanja primatelju, paziti na _____, važno u eksternom komuniciranju tvrtke i dio je imidža tvrtke
- f) gospodin i gospođa u svim jezicima označavaju _____ i negdje dob
- g) u komunikaciji upotrijebiti riječ gospođa/gospodin te najvišu _____ ili naslov npr. gospodine gradonačelnice

18. Bonton _____

19. Poslovno ponašanje je važno _____

20. Poslovni bonton je _____

SAMOVRJEDNOVANJE

(zaokruži odgovor koji se odnosi na tvoju procjenu)

NASTAVNE SADRŽAJE SAM PAŽLJIVO PROUČIO/P ROUČILA	POTPUNO	VEĆINOM	DJELOMIČNO
NASTAVNE SADRŽAJE RAZUMIJEM	POTPUNO	POLOVIČNO	VRLO MALO
POTREBNA MI JE POMOĆ KOD UČENJA	NIKADA	PONEKAD	UVIJEK

POTREBNO MI JE DODATNO POJAŠNENJE VEZANO UZ SLJEDEĆE:

POTREBNO MI JE DODATNO POJAŠNENJE VEZANO UZ SLJEDEĆE:

Nakon prvog dijela slijedi drugi dio: UMIJEĆE OPHOĐENJA NA RADNOM MJESTU