

## Uloga i značaj poslovnog bontona

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 22

### SADRŽAJ

#### UVOD 1

#### 1. POSLOVNI BONTON 2

##### 1.1 Predstavljanje 3

##### 1.2 Pozdravljanje, oslovljavanje i tituliranje 4

##### 1.3 Komuniciranje 6

#### 2. POSLOVNI MORAL 8

##### 2.1 Stvari o kojima se ne govori na poslu 9

##### 2.2 Poslovni izgled 10

#### 3. PRAVILA PONAŠANJA NA POSLU 13

##### 3.1. Pravila ponašanja na sastancima 14

##### 3.2 Pravila ponašanja na domjencima 16

##### 3.3 Pravila ponašanja na poslovnom ručku 17

#### ZAKLJUČAK 20

#### LITERATURA 21

#### UVOD

U današnjem poslovnom svijetu više nije dovoljno samo dobro poznavati svoje po sa područje djelatnosti već je potrebno dobro se slagati sa drugima, lijepo se ponašati i dopustiti da se drugi lijepo osjećaju u vašem društvu. Poslovni bonton ne razlikuje se znatno od bontona koji smo usvojili od roditelja i u školi. Ipak, u poslovnom svijetu postoje neke specifičnosti na koje bi trebalo obratiti pozornost i nastojati ih usvojiti. Danas za svaku djelatnost i gotovo svako radno mjesto postoji kodeks ponašanja koji je jedinstven i koji se očekuje od zaposlenika na određenom radnom mjestu. Svaka zaposlena osoba, htjela to ili ne, svojim ponašanjem daje predodžbu o kolektivu ili dijelu kolektiva.

U ovom seminarskom radu prikazati ćemo bitne značajke bontona, pravila lijepog ponašanja i manire koje su bitne u poslovnom svijetu da bi se ljudi ljepše osjećali i funkcionirali u određenoj zajednici.

Znanstvene metode koje su se koristile pri pisanju seminarskog rada su: metoda nabiranja, povijesna metoda, analitička metoda, sintetička metoda, metoda konparacije.

Ovaj seminarski rad sastoji se od 4 glavna naslova i 7 podnaslova. U prvom djelu govorili smo općenito o bontonu, o pozdravljanju, načinima pozdravljanja, oslovljavanju te tituliranju. U drugom dijelu govorili smo o poslovnom moralu, fizičkom izgledu, odijevanju. U trećem dijelu govorili smo o pravilima ponašanja na poslu, pravilim ponašanja na sastancima, domijencima te pravilima ponašanja na ručku. U četvrtom dijelu govorili smo o komunikaciji, telefoniranju te dopisivanju i razgovorima.

#### 1. POSLOVNI BONTON

Poslovnu kulturu možemo definirati kao dio opće kulture koja dolazi pod utjecajem određenih društvenih i socijalnih okolnosti koje se stvaraju u svijetu i oko nas. Živjeti u harmoniji i dobrom odnosu sa okolinom i zajednicom dva su vrlo bitna obilježja poslovne kulture. Bonton ili pravila lijepog ponašanja, koja sačinjavaju određenu kulturu, društvo, zajednicu da bi funkcionirala pozitivno. Bontoni nas uče kako se treba ponašati, izražavati, izgledati, komunicirati, gestikulirati i dr. u gotovo svakoj situaciji. Poslovni bonton ne razlikuje se znatno od bontona koji smo usvojili od roditelja i u školi ali sadrži u sebi neke manire i pravila ponašanja koja kao djeca nismo usvojili. Bit je bontona da se pravila i standardi usvoje do te razine da postanu dio našeg normalnog ponašanja, da pokažemo poštovanje, kulturu i pažnju u procesu komuniciranja sa drugim poslovnim ljudima. Bonton se definira kao skupa pravila i ponašanja u društvu, tj. pristojno i uljudno ponašanje svakog čovjeka, pojedinca koji djeluje u društvu. Bonton (fr. Bon Ton što znaci dobar ton) je knjiga ili kodeks ponašanja kojeg bi se trebao pridržavati svaki pripadnik društva, svaki radnik i osoba koja djeluje u nekom društvu ili zajednici. Bontoni nas uče kako se treba ponašati, izražavati, izgledati, komunicirati, gestikulirati, kojih se norma ponašanja, običaja i pravila trebamo pridržavati i dr. u gotovo svakoj situaciji. Bonton najstrože osuđuje i ne podržava bilo kakve oblike vrijeđanja, psovanja, fizičkog ili psihičkog obračunavanja. U kontekstu posla bonton je skup neformalnih pravila i tradicija koji omogućuju bolju komunikaciju i provođenje poslovnih zadataka. Poslovni bonton daje nam strukturu u kojoj trebamo djelovati. Nije dovoljno samo znati kako se pozdravljamo, sjedimo za stolom, služimo priborom za jelo i slično, potrebno je poznavati manire koje svi kulturni ljudi poznaju i smatraju djelom svakodnevnog, redovitog i običnog ponašanja. U psihološkom, kulturološkom i socijološkom smislu, postoje četiri osnovna načina na koji predstavljamo sebe drugima:

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)