

## SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. POSLOVNI RAZGOVORI.....	4
1.1. Pripreme za poslovni razgovor.....	4
1.2. Poslovni moral i kultura poslovnog ponašanja.....	6
2. MEĐUNARODNI POSLOVNI RAZGOVORI (PRIMJER:Japan).....	7
2.1. Poslovni običaji u Japanu.....	7
ZAKLJUČAK.....	10

## LITERATURA

### UVOD

Dobro poslovno ponašanje igra važnu ulogu u svačijoj poslovnoj karijeri. U današnjem poslovnom svijetu više nije dovoljno samo dobro poznavati svoje područje djelatnosti. Naime, sposobnost da se dobro slažete s drugima, da se lijepo ponašate i da se drugi lijepo osjećaju u vašem društvu, sve je važnija. Bez tih sposobnosti posao lako može propasti. Put do prepoznatljivog poslovnog stila je dug i vodi preko usvajanja ustaljenih pravila ponašanja koja kompaniji donose ugled i poštovanje od strane klijenata. Poslovna etika je nešto što u literaturi i praksi ima svoje jedinstveno značenje koje podrazumjeva međuljudske odnose u poslovnom okruženju, kodekse ponašanja, stvaranje imidža poslovnih ljudi i njihovo organizovanje u jedinstveni sistem od kojeg zavisi uspješno poslovanje. Poslovni bonton se može uzeti kao pravilo ponašanja koje kompaniji donosi ugled i poštovanje od strane klijenata i partnera kao preduslov da se neki posao započne, procesuiraju i završi sa uspjehom. Međuljudski odnosi unutar samog preduzeća doprinose uspješnosti poslovanja i ostvarivanju zadatih ciljeva.

### 1. POSLOVNI RAZGOVORI

Poslovni razgovor je najčešće korišćen poslovni susret. On dominira u savremenom poslovnom svijetu, jer omogućava razmjenu mišljenja, daje mogućnost da se ukaže na prednosti ili slabosti poslovnog poduhvata, i da se dođe do zajedničke odluke. Ne daju svi poslovni razgovori pozitivne rezultate, ali svaki poslovni razgovor predstavlja bar jedan korak u međusobnoj saradnji. Poslovno komuniciranje (usmeno, pisano i telefonsko) je djelotvorno i unaprijeđuje poslovne odnose samo ukoliko se unaprijed temeljno pripremi i adekvatno realizuje. Loša poslovna komunikacija može izazvati negativne posljedice između poslovnih partnera. Poslovno komuniciranje u suštini znači usmeni ili pisani kontakt između poslovnih partnera. Oni najčešće imaju punomoći ili ovlaštenja od strane svojih organizacija za rješavanje poslovnih situacija ili problema. Poslovno komuniciranje je istovremeno davanje i primanje poslovnih informacija. Radi se o planiranoj akciji kojom se utiče na sagovornika radi uspostavljanja određenih odnosa u poslovima. Zato poslovno komuniciranje:

1. informiše,
2. utemeljuje i unaprijeđuje već uspostavljene poslovne odnose,
3. pokreće proizvodne odnose i
4. uspostavlja nove poslovne odnose

#### 1.1. Pripreme za poslovni razgovor

Uspjeh poslovnog razgovora zavisi od toga kako će on biti pripremljen. Zato je pripremanje poslovnog razgovora veoma važno, time se projektuje tok i načini odvijanja razgovora. Prvo pitanje koje se postavlja je: koja je svrha poslovnog razgovora i koje sve odlike mi želimo da usvojimo? Priprema za poslovni razgovor:

**----- 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)**