

SADRŽAJ

UVOD 1

1. POSLOVNA KULTURA I OBIČAJI 2

1.1 Komuniciranje kao dio kulture 3

1.2 Poslovni moral i fizički izgled 4

2. ŠPANJOLSKA 6

2.1 Poslovni običaji i sastanci u Španjolskoj 7

2.2 Pregovaranje sa Španjolcima 9

3. PORTUGAL 11

3.1. Posao i pregovaranje sa Portugalcima 12

3.2 Poslovni sastanci 13

3.3 Poslovni bonton u Portugalu 14

ZAKLJUČAK 17

LITERATURA 18

UVOD

Osnova svake dobre poslovne kulture je kvalitetna komunikacija. Ubrzane i nagle promjene u svijetu utječu na sve segmente čovjekovog života, pa i na njegov način komuniciranja, odjevanja, i morala u poslovnom svijetu. Svaka zemlja iza sebe ima određenu prošlost, gdje su se godinama stvarale i gradile određene kulture i stvarali određeni običaji u zajednici. S vremenom poslovna kultura počela je biti sastavni dio svakog poduzeća, te s vremenom počelo je biti jasno da ukoliko poduzeće teži za nekim uspjehom potrebno ga je dovesti u red, tj. bitno je uvesti neka pravila, norme, običaje, neki poslovni bonton. Stvaranjem boljih odnosa, boljih partnerskih odnosa koji će ujedno utjecati i na poslovni dogovor poduzeća su počela uvoditi posebna pravila.

U ovom seminarskom radu provest ćemo vas kroz bitne stavke poslovne kulture, kroz dijelove poslovne kulture Španjolske i Portugala. Načina na koji oni pregovaraju, surađuju, i imaju odnose sa svojim klijentima, kolegama i partnerima.

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 3 glavna naslova i 6 podnaslova. U prvom djelu govorili smo općenito o poslovnoj kulturi te smo to rasčlanili na komuniciranje, poslovni moral, poslovno odjevanje i fizički izgled. U drugom djelu govorili smo općenito o Španjolskoj, o Španjolskoj kao destinaciji, te o poslovnim običajima u Španjolskoj, pregovaranju sa Španjolcima te kako poslovati sa njima. U trećem dijelu govorili smo o Portugalu kao destinaciji, poslovnim običajima u Portugalu te kako pregovarati sa Portugalcima.

POSLOVNA KULTURA I OBIČAJI

Poslovna kultura je dio opće kulture i jedna je od ključnih determinanti na osnovu kojih poduzeće funkcionira uspješnije i bolje. Poslovna kultura postaje globalna i sve uniformiranija, koristi se sve više u svakom segmentu poslovanja diljem svijeta. Zbog raznih globalnih promjena u suvremenoj znanstvenoj misli i gospodarskoj praksi započet je proces izgradnje nove kulture u svijetu rada. Osim znanja, vještina i sposobnosti svaki zaposlenik donosi u poduzeće određene elemente svoje kulture i kulture koja egzistira u oruženju iz kojeg dolazi. Kad se kulture pomješaju stvaraju se određene norme, navike i običaji. Razvijaju se razni stavovi, osjećaji, spram drugih zaposlenika, sredstva za rad, rezultata rada te svojih uloga u tome. Poslovna kultura dovodi neki poslovni bonton, norme, običaje, načine odjevanja, poslovnog darivanja, komuniciranja te ostalih bitnih stavki koje uvelike utječu na razvoj poduzeća u cijelini. S vremenom i razvojem, počelo je biti jasno da za bilo koji dobar stvoren poslovni odnos vrlo je bitno usvojiti neka pravila koja su izričito važna za dobre poslovne odluke, poslovne dogovore i najbitnije za stvaranje poslovnih uspjeha. Poznavajući tuđu kulturu, tuđe ponašanje, te na taj način stvaranje vlastitog ponašanja uvelike utječemo na dobre poslovne odnose. Uvjerenje svakog poduzeća je da je za dobro poslovanje tvrtke nužno odrediti stvari koje se smatraju prikladnima i stvari koje se smatraju neprikladnima kako u poduzeću tako i van poduzeća. Kultura se odnosi na cjelokupno društveno naslijeđe neke grupe ljudi, to jest na naučene obrasce mišljenja, osjećanja i djelovanja neke grupe, zajednice ili društva, kao i na izraze tih obrazaca u materijalnim objektima. Riječ kultura ima semantičku osnovu u latinskoj riječi „colere“, što znači gajiti, njegovati, uzgajati. Vrlo je širok spektar pojmova izveden iz ovog osnova. 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. U najširem smislu podrazumijevamo pod kulturom sve ono što je čovjek u nekom vremenu učinio, stvorio da bi si učinio život lakšim, ljepšim i bogatijim. Poslovna kultura se shvaća kao skup razmišljanja i ponašanja koja se temelje na određenim pravilima. Poslovna kultura obuhvaća razna materijalna i duhovna dobra, čovjekove osobine koje u sebi nosi, te njegov odnos prema osobama, radu i drugome. Poslovna kultura utemeljena je na suvremenoj znanosti i tehnologiji a sustav je vrijednosti, uvjerenja, navika, morala i etike te se time usmjerava ka dobrom i boljem životu. Poslovna kultura utječe na pravila ponašanja, bonton, običaje i druge aspekte organizacije. Veoma značajan aspekt poslovne kulture su načini mišljenja i gledanja na budućnost. Vrlo je bitno da čalnovi zajednice budu orijentirani na informatizaciju, tehnologiju, nove tehnike, novo znanje i sve nove promjene. Poslovna kultura smatra se i kolektivnim umom poduzeća, koji je temeljen na zajedničkim vrijednostima, normama, međusobnim odnosima i neformalnim pravilima ponašanja. Smatra se da su sve vrijednosti, norme i vjerovanja usvojeni kroz određeno iskustvo. Poslovna kultura nam ukazuje što je funkcionalno a što nije u određenoj zajednici, to su određena uvjerenja koja idu u istim pravcima. Poslovna kultura se u znanosti i praksi sve više predstavlja kao značajan aspekt nove poslovne filozofije.

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com