



- PREGOVARANJE- UVOD
- TIPOVI PREGOVARAČA
- KOMUNIKACIJA U PREGOVORIMA
- KONFLIKTI
- ZAKLJUČAK

Teme za razmišljanje

-ŠTA JE PREGOVARANJE?

-ŠTA PREGOVARANJE NIJE?

-ULOGA PRIPREME U PREGOVARANJU

● -KOOOPERATIVNE I „PRLJAVE „TAKTIKE U PREGOVARANJU!

-VEŠTINE SLUŠANJA I POSTAVLJANJA PITANJA

-VERBALNA I NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

-KOMUNIKACIJA /VRSTE I OBLICI/

-USPOSTAVLJANJE POVERENJA I ODGOVARANJE NA PRIMEDBE

-KONFLIKTI I REŠAVANJE ISTIH

-ZAKLJUČAK-**USPEŠAN PREGOVARAČ USPEŠNI PREGOVORI**

PREGOVARANJE



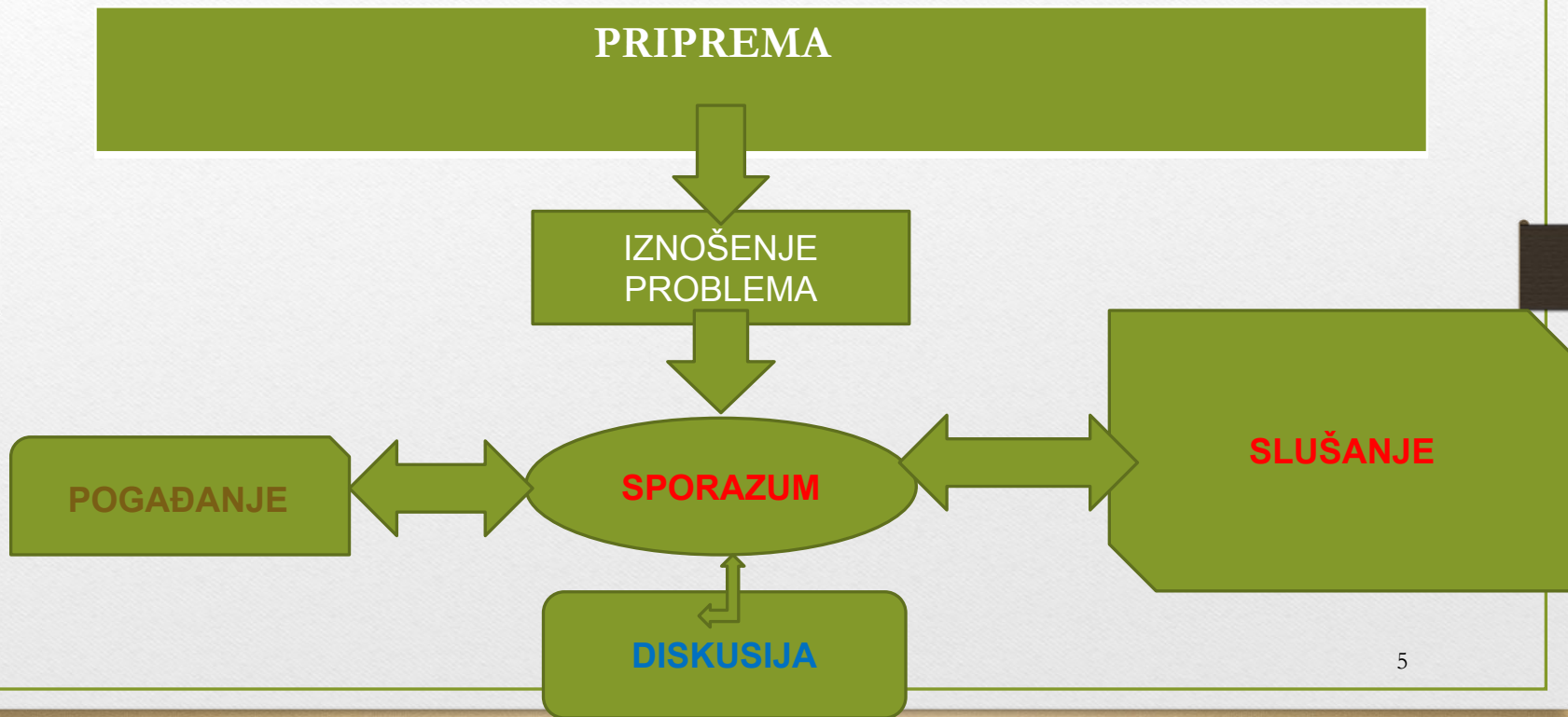
- Pregovaranje je kontrolisani komunikacijski proces sa ciljem rešavanja „sukoba“ interesa dve ili više pregovaračkih strana.
- Pregovaranje počinje procesom a završava dogovorom.
- Proces je sekvencijalno izvršavanje aktivnosti po utvrđenom redosledu, koji transformiše ulazne veličine u izlazne, integrišući rad ljudi, tehnologija i metodologija i koristeći iste resurse (rada, vremena, sredstava) radi postizanja cilja.
- Pregovaranje je strukturiran proces komunikacije kroz koji strane prevazilaze razlike i konflikte, pokušavajući da postignu sporazum koji je prihvatljivo rešenje za njih

ELEMENTI PREGOVARANJA

Pregovori imaju tri osnovna elementa:

1. **pregovarače**, odnosno dve ili više strana koje se nose sa svojim razlikama i konfliktima;
2. **proces** strukturirane komunikacije u kojoj strane diskutuju o mogućim rešenjima, pokušavajući da objasne svoje razlike.
3. **rezultat**, koji se želi postići pregovorima – takav da je prihvatljiv obema stranama;

ŠEMA PROCESA PREGOVARANJA



PRIPREMA ZA PREGOVARANJE

- 1. Plan:

- Zašto?
- Ko?
- Sa kime?



- 2. Priprema i vežbe:

- Šta ?
- Kako?
- Ako?
- Ako ne?



- 3. Pregovori: gde? kada? dokle?

PRIPREMA za pregovaranje

- Dobra priprema misli i ideja jedan je od načina da se uspešno predstavite i širom otvorite vrata interesovanju drugih ljudi za ono šta ćete im nakon toga govoriti i prodati
- Lični stav, govor i gestovi, osnova su dobre prezentacije sebe i svoje usluge, i Vas kao ozbiljnog pregovarača
- *Dobar pregovarač mora da ima: koordinaciju misli i glasa, korektna upotreba glasa, stav i ponašanje, reči, slaganje reči u rečenici, razdvajanje reči, korišćenje pauza, izbegavanje gomilanja reči, pravo značenje reči, adekvatni gestovi.....*

PLANIRANJE PREGOVORA

1.Zašto?

- Razlog prgovaranja
- Mogući uticaj na sagovornika i cilj
- Rezultat (akcija)

2.Ko su sagovornici-pregovarači?

- Uzrast
- Znanje
- Kultura
- Jezik
- Raspoloživo vreme
- Ovlašćenja



PRIPREMA

- Istraživanje
- Knjige
- Internet
- Statistika
- Primeri
- Dokazivanje
- Realizacija



1. Moramo znati

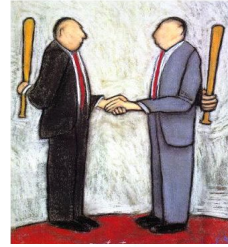
2. Trebalo bi da znamo

3. Bolje bi bilo da znamo

VRSTE PREGOVARANJA

Postoje dve vrste pregovora:

▶ distributivni;



▶ integrativni.



▶ Većina pregovora sadrži elemente oba tipa.

VRSTE PREGOVARANJA

- **Suparničko (tvrdo)(w-l)**
- **Meko(l-w)**
- **Saradničko (principijelno) (W-W)**
- **Poziciono(w-l)**
- **Fiktivno-špijunsko**

DISTRIBUTIVNI PREGOVORI



- U distributivnim pregovorima pregovarači se nadmeću oko toga kako će biti raspodeljena neka fiksna dobit. Ključno pitanje koje se postavlja u distributivnim pregovorima je koja će strana dobiti veću vrednost.
- Distributivni pregovori najčešće imaju samo jednu glavnu temu a to je – **novac**.
- Cilj pregovarača je da pregovorima dobije što veću cenu, cilj kupca je da što manje plati.
- Ono što je karakteristično je da obe strane visoko kotiraju istu stvar, pa je prostor za dogovor dosta ograničen.
- To je tzv. „ win-loss“ – „ ja pobeđujem - ti gubiš“.



INTEGRATIVNI PREGOVORI

- Integrativni pregovori predstavljaju pregovore gde pregovarači nastoje da ostvare maksimalnu korist, da bi postigli sporazum koji odgovara interesima obeju strana.

Ovakvi pregovori dovode do situacije da su obe strane na dobitku (win-win).

- Ključni elementni integrativnog procesa pregovaranja jesu:
- slobodna razmena informacija,
- nastojanje za razumevanje potrebe drugog,
- naglasak na onome što je zajedničko, svođenje razlike na minimum i
- traženje rešenja koje zadovoljavaju obe strane.

VRSTE PREGOVARANJA

Карактеристике	Дистрибутивни	Интегративни
Исход	Један добија, други губи	Сви на добитку
Мотивација	Индивидуална корист	Заједничка и индивид. корист
Интереси	Супростављени	Различити, не супротни
Односи	Краткорочни	Дугорочни и краткорочни
Тема преговара	Једна	Већи број
Компромис	Немогућ	Могућ
Решење	Није креативно	Креативно

USPEŠNOST PREGOVARANJA

Okvir za sve uspešne pregovore zasnovan je na poznavanju sledećih faktora:

- *najbolja alternativa sporazuma; (batna)*
- *minimalni uslov za postizanje sporazuma; (zopa)*
- *koliko je pregovarač fleksibilan i na kakve je kompromisne razmene spreman; (rezervisana cena)*

REZERVISANA CENA/BATNA/ZOPA

- ❖ Rezervisana cena, tj. najnepovoljnija tačka u kojoj ste spremni da prihvatite pogodbu. Pregovori se napuštaju ako se ponudi nepovoljnije cena od te.
- ❖ Batna-najbolja alternativa sporazumu...(korekcija uslova prodaje...tzv crvena linija)
- ❖ Npr. rezervisana cena i batna biće slične ako se pogodba isključivo tiče novca i ako moguća novčana ponuda predstavlja vašu najbolju alternativu
- ❖ Zona mogućeg sporazuma (ZOPA - zone of possible agreement), raspon u kojem može da se postigne pogodba, definiše se kao raspon u kome se poklapaju rezervisane cene obeju strana

ZONA MOGUĆEG SPORAZUMA-primer

Uzmimo primer sa tržišta nepokretnosti:

- **prodavac ima rezervisanu cenu od 100.000 EUR, a želeo bi da dobije što više (120.000 EUR po mogućnosti). Kupac ima na raspolaganju 110.000 EUR (rezervna cena), odgovara mu stan i hteo bi da plati što manje. Dakle ZOPA se nalazi u rasponu od 100 - 110.000 EUR;**
- **kada bi obrnuli uslove, da kupac ima 100.000 EUR a prodavac traži 120.000 EUR, ZOPA ne bi postojala, pošto su cene koje su prihvatljive kupcu i prodavcu ne poklapaju.**



Tipovi pregovarača u prometu nepokretnosti

Pregovarači se dele na osam psiholoških tipova:

1. Dominantni- njihov pregovor je nagovor,
2. Ekstrovertni- po kratkom postupku žele da ostvare cilj,
3. Introvertni- zatvoreni pregovarači,
4. Nevinašca-deluju iz pritaje,
5. Glumci-više pažnje pridaju formi nego suštini,
6. Filozofi-često nepredvidljivi,
7. Nepovernjivi- mnogo podpitanja,
8. Čuvvari- konzervativni pregovarači.

Dominantni pregovarači(kupci-prodavci)



- To su ljudi koji nastoje da dominiraju pregovorima.
- Grubi su pregovarači, skloni da zapovedaju, teškog karaktera, često pate od kompleksa inferiornosti, pobijaju tuđe argumente najčešće galamom i drekom, a često koriste i fizičku silu.
- Ovi pregovarači hodaju na ivici žileta, često na ivici incidenta, nastojeći da im se pregovarač pokori ili izgubi kontrolu, i otkrije svoje ciljeve.
- Često skaču sa teme na temu, preskaču argumente sagovornika (kao da ih nisu čuli), i ponašaju se kao tenk koji kupi sve pred sobom.
- Za njih se može reći da su nagovarači a ne pregovarači

Ekstrovertni pregovarači-prodavci



- Ovi pregovarači su jako blizu dominantnim pregovaračima, ali su mnogo površniji, nemaju vremena za duge pregovore i uživanje je njihov najveći cilj.
- Obično posvećuju veliku pažnju izgledu i materijalnom okruženju.
- Kaže se za njih da grubost zamenjuju brzinom, šarmom i naizgled nevažnim detaljima, a egoizam uopštenim frazama o zajedničkom interesu.

Introvertni pregovarači-kupci



- Za ovu vrstu pregovarača je karakteristično da ne pokazuju svoje emocije, da nikome ne veruju i imaju snažnu sklonost da kontrolišu sve aspekte vlasti.
- Pregovaranje sa njima je vrlo teško, budući da ne očekuju drugi rezultat osim potpuno ostvarenje svog cilja, kojeg je nekada jako teško prepoznati.
- Kada je sa druge strane ovakav pregovarač kaže se da treba da imate živce ko konopce, ali se treba njih paziti - oni su sve samo ne glupi

Nevinašca –klijenti preporuke



- ▶ Nevinašca“ su prijatni, pristojni, dragi ljudi, za koje bi se na prvi pogled reklo da ne pripadaju svetu pregovaranja.
- ▶ Oni izgledaju kao da bi dali sve da se pregovori okončaju mirno.
- ▶ Međutim, ukoliko ti pregovori potraju nešto duže, oni se pretvaraju u najopasnije pregovarače na svetu.
- ▶ Znaju da vas uspavaju i da mislite da ste dobili ono što niste.
- ▶ Kada pregovarate sa njima imate osećaj kao da pregovarate sami sa sobom i sami popuštate u korist drugog.
- ▶ Kada se desi da smo pregovore završili onako kako smo želeli a da je sagovornik dobio više, onda smo pregovarali sa nevinašcem.

Pregovarači glumci-agenti za nekretnine



- Glumci su pregovarači koji koriste sve vrste glume, od prepoznatljivog imidža pa na dalje, skloni su da impresioniraju publiku, da se ponašaju nekonvencijalno i često nesvakidašnje.
- Dobro pregovaranje u osnovi uključuje elemente cenkanja, ali nije isto što i cenkanje te nikad ne dovodi do istog rezultata
- Integrativno/principijelno pregovaranje podrazumeva fokusiranje na interese obeju strana, na sličnosti, a ne na razlike u stavovima, zatim na razmenu informacija i ideja, kreiranje opcija radi postizanja zajedničke koristi i korišćenje objektivnih kriteruma pri odlučivanju.

Pregovarači filozofi-investitori

- ▶ Filozofa pregovarača najlakše je prepoznati po nepredvidivosti i nepostojanosti stavova.
- ▶ Oni se često sukobljavaju sa sagovornicima, znaju da pokušaju da menjaju pravila koja već postoje, u jednom trenutku su za nešto, onda su protiv, pa opet za i tako dok neko ne „poludi“.
- ▶ Izgledaju kao da ne znaju šta hoće, ali naprotiv, samo tako izgledaju.
- ▶ U pregovorima sa filozofima bitno je zadržati kontrolu nad pregovorima. Treba nametnuti argumente i jasne ciljeve kao osnovni preduslov za pregovaranje i tako uštedeti i vreme i živce.
- ▶ Kako bi pregovori imali smisla, neophodna je ‘uzmi i daj’, a ne ‘uzmi ili ostavi’ percepcija procesa. Važno je da strane u sukobu žele pregovore i da znaju upravljati dodirljivim, ali su spremne otvoriti i rešavati i te nedodirljive teme /nadoknada



Nepoverljivi pregovarači-unutrašnjost



- Oni sa milion podpitanja, nikome ne veruju, nemaju ovlašćenja za završetak pregovora,
- Nemaju srca da zaključe posao itd....
- Treba mnogo muke da se stekne poverenje i da se održi, ali kada se jednom zadobije ostaje dugo...
- To su kupci iz unutrašnjosti i oni koji se plaše promena i novih stvari....
- Odlično za rad posle nekog vremena pripreme

Pregovarači čuvari-prodavci kuća



- ▶ Čuvari su konzervativni pregovarači, sa misijom očuvanja vrednosnih standarda na svim nivoima.
- ▶ Oni veruju u zdrav razum, veruju u tradicionalne vrednosti i cilj im je da rezultat pregovora bude pozitivan.
- ▶ Oni su pravi pregovarači, ali teško postaju vođe. Ne vole da budu nagovarani, a ako ih sagovornik izloži velikom pritisku, mogu da budu jako neprijatni u očuvanju svog stava
- ▶ Onaj ko je gradio taj teško prodaje...

Tipovi teških ljudi

- Tenk
- Snajper
- Sveznalica
- Onaj što misli da sve zna
- Granata
- Da osoba
- Možda osoba
- Ništa osoba
- Ne osoba
- Osoba koja se prenemaže.....
- Lisica
- Sova
-
- Ima li onda normalnih pregovarača?



SVEZNALICE



Prepoznavanja:

- Izrazito samouvereni
- Ignorišu tuđa mišljenja
- Brzo kritikuju druge
- Ne vole da im se neko suprostavi

Strategija:

- Slušajte i dajte do znanja da poštuju znanje
- Pokažite da ste spremni da uvažite sve primedbe koje su opravdane
- Ne insistirajte na prodaji

AGRESIVCI



Prepoznavanje:

- Moraju da budu u pravu i učiniće sve da budu u pravu
 - Arogantni
 - Napadaju vaše ideje ali i vas lično
 - Neprijateljski nastrojeni
- **STRATEGIJA**
 - **Imajte čvrst stav, ali ne uzvraćajte napad**
 - **Izrazite svoje mišljenje punom snagom**
 - **Pažljivo slušajte primedbe i pokažite da ste spremni da uvažite sve primedbe koje su opravdane**

NEODLUČNI



Prepoznavanje:

Strategija:

- Izbegavaju donošenje odluka, a kada ih donose taj proces dugo traje
- Uvek se nalaze između više rešenja
- Lako se uznemire posebno kada su u situaciji odlučivanja

- Otkrite šta on zaista želi
- Pomozite im u donošenju odluke - istaknite činjenice
- Nikada ne donosite odluku umesto njih već zajednički
- Potrudite se da zadobijete njihovo poverenje

:

PRIČALICE

PREPOZNAVANJE



- Stalno zapitkuju
- Brzo govore
- Uvek su raspoloženi za priču
- Pričaju i kad ih ništa ne pitate
- Služe se humorom

STRATEGIJA:

- Obraćajte im se lično i srdačno
- Usmeravati tok razgovora
- Govoriti argumentovano
- Sumirati koristi

NEPOVERLJIVI



PREPOZNAVANJE:

- Sumnjičavi
- Često imaju neprijateljski stav prema okolini
- Misle da većina ljudi sa kojima komuniciraju hoće da ih prevari

STRATEGIJA:

- Koristiti argumente i činjenice
- Zajednički dođite do rešenja

PREZAUZETI



PREPOZNAVANJE:

- Užurbani
- Nosi mobilni i razgovara
- Ne vole gužvu i čekanje

STRATEGIJA:

Pokazati impresioniranost

Ne navaljivati i gnjaviti

Govoriti kratko i poslovno

Ne koristiti kliše

DOBRI PREGOVARAČI

1. Karakteristike dobrog pregovarača:

2. da je dobar slušalac ,

3. da brže misli nego što govori,

4. da priča kako treba (jasno i razgovetno),

5. da ima sklonost ka pregovaranju,

6. da uvek ima najveća očekivanja,

7. da ima mnogo strpljenja,

8. da zna da konkretizuje pregovore,

9. da ih sprovede, kontroliše i unapređuje

10. DA ZAĆUTI KAD TREBA!!!

**OSOBI NE DOBROG
PREGOVARAČA-POSREDNIKA ZA
NEKRETNINE**

- **KOMUNIKATIVAN** (ume da sluša i da postavlja prava pitanja)
- **AKTIVAN I ZAINTERESOVAN ZA USPOSTAVLJANJE DOBRIH POSLOVNIH ODNOSA**
- **POUZDAN** (sposoban za izvođenje obećane usluge pouzdano i tačno)
- **ODGOVORAN** (želja da pruži pomoć klijentu i osigurava brzu uslugu)
- **SIGURAN** (kopetentan i sposoban da pruži poverenje i pouzdanost)
- **EMPATIČAN** (briga za sagovornika)
- **STRUČAN** (želi da napreduje)
- **ADEKVATNO REAGUJE U KONFLIKTNIM SITUACIJAMA** (pažljivo sluša, kontroliše afekt, nudi pomoć, proaktivan)

**KOJU PORUKU ŽELIMO DA POŠALJEMO
KLIJENTIMA-KUPCIMA NAŠE USUGE?**

- DA SMO LJUBAZNI
- DA SMO USPEŠNI
- DA SMO SAVREMENI
- DA SMO POUZDANI
- DA SMO EFIKASNI
- DA SMO PROFESIONALNI

i da mogu da nam VERUJU

Predrasude pregovaranja

- ▶ Najčešće su predrasude vezane za pol, rasu, telesno obeležje, imovno stanje i slično.
- ▶ Veoma česta zabluda muškarca kao jačeg pola je da je bolji pregovarač od žena i da je on rođen za to.
- ▶ Zapamtite drage kolege, žene mogu biti odlični pregovarači.
- ▶ Takođe jako su glupe i pogrešne predrasude o nacionalnosti, ili o poreklu nekog klijenta (on je Bosanac, sa Kosova, Crnogorac, sad ću da ga „ošišam“)

Da rezimiramo: ***Dobri prgovarači se prilagođavaju sagovorniku, ali ne pokazuju šta i koliko imaju, znaju i umeju. Zato su i dobri pregovarači.***

POJAM KOMUNIKACIJE



- Komunikacija-communicare, latinskog porekla-saopštiti
- Osnovna ljudska potreba i aktivnost.
- Ona obuvata sposobnost slanja i primanja informacija i prenošenje i razumevanje tuđih misli, osećanja i stavova.

KOMUNIKACIJA

- Komunikacija je proces prenošenja poruke od pošiljaoca ka primaocu
- Komunikacija je sastavljena iz: reč: glasa, tona i neverbalnih signala.

«Ja znam šta govorim ali ne znam šta ti čuješ i vidiš.!???»



Struktura procesa komunikacije i pregovaranja

Komunikacija-pregovaranje kao proces kretanja poruke od pošiljaoca ka primaocu sadrži tri elementa:

- ▶ 1.IZVOR –pojedinaac koji govori, crta, piše,gestikulira, organizacija, novine..
- ▶ 2.PORUKA –slovo, reč, znak na papiru,zvuk, mahanje rukom, zagrljaj...
- ▶ 3.ODREDIŠTE –prijemnik, pojedinac koji sluša, gleda, čita, ili grupa, publika..

Komunikacija - proces slanja i primanja poruka

5. POVRATNA
INFORMACIJA
(Feedback)

1. POŠILJALAC

- Inicira misli/
osećaje
(poruku)
- pretvara ih u
reči
- šalje poruku

3. MEDIJI

Glas
Telo
Tehnologija (TV, radio,
Internet...)

4. PRIMALAC

- Dekodira poruku
Označava misli
/osećaje kako bi
odgovorio
- Šalje poruku

PORUKA / INFORMACIJA



Vrste komunikacije:

- ▶ 1. Direktna komunikacija
 - Neverbalna komunikacija
 - Verbalna komunikacija

- ▶ 2. Indirektna komunikacija
 - (preko posrednika)

Kako nas drugi vide kroz komunikaciju??



- Kako izgledamo (kroz neverbalnu komunikaciju (55%))
- Kako nešto kažemo (38%)
- Šta kažemo (7%)

Šta i kako radimo (vrsta, kvalitet i rezultati rada 100%)

TIPOVI KOMUNIKACIJE

- INTRAPERSONALNA KOMUNIKACIJA
- INTERPERSONALNA KOMUNIKACIJA
- GRUPNA KOMUNIKACIJA
- MASOVNA KOMUNIKACIJA

Komunikacijski kanali

1.

S obzirom na
senzore primanja

Auditivni

Vizualni

lingvistička/
verbalna
(izgovorena ili
napisana reč)

2.

S obzirom
na vrste poruka

neverbalna
komunikacija
(boja glasa, stav,
pogled, kretnje...)

prirodni
(npr. glas, izrazi
lica itd.)

3.

S obzirom na
karakter medija

tehnički (npr.
pisani, elektronski,
računarski).

Verbalna komunikacija

Verbalna komunikacija predstavlja komuniciranje rečima ili pisanjem.

- **Recept za uspeh u komunikaciji:**
- **ODABIR PRAVIH REČI, NA PRAVI NAČIN U PRAVOM TRENUTKU.**

Dve osnovne komunikacijske veštine :

- **govorenje (govor i pisanje)**
- **slušanje (slušanje i čitanje)**

Neverbalna komunikacija

- Izraz lica
- Kontakt očima, pokreti očiju, veličina zenica
- Pokreti glavom
- Pokreti ruku
- Položaj tela

VERBALNA (GOVOR TELA) KOMUNIKACIJA

Profesionalna

Neprofesionalna

Govor tela: držanje, pokreti, sedenje, stajanje, hodanje

Opušteno, mirno, otvoreno...

Ukočen, hladan, nepristupačan, napet

Mimika: čelo, oči, obrve, usta...

Otvorene, vedre, obrve mirne, usta s laganim osmehom...

Namršteno čelo, namrgođeno lice, stisnute obrve, „tvrda“ usta...

Kontakt očima: gledanje u oči sagovorniku

Gleda sagovornika u oči dok s njim razgovara, prati pogledom njegove pokrete, ne žmirka, ne trepće...

Ne gleda sagovornika u oči, izbegava pogled, lista svoje papire i ne podiže glavu...

Govorno ponašanje: brzina, ritam, dubina, boja glasa, melodija, smejanje...

Govori polako i razgovetno, pravi pauze, ne opterećuje dodatnim stvarima i digresijama

Govori hladno i brzo, nema pauze, ne potkrepljuje razgovor smeškom...

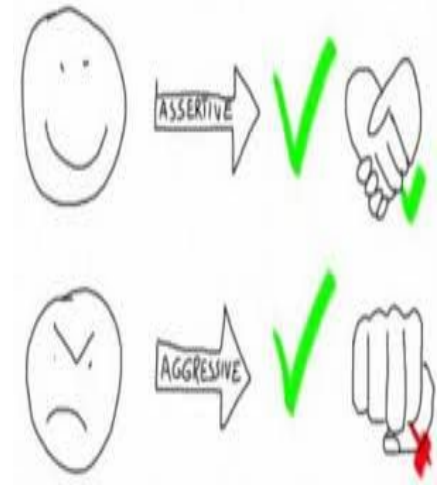
Gestikulacija: govor ruku (tapšanje, blago dodirivanje ramena) i nogu itd.

Ruke lagano spuštene, mirne. Kod razgovora se pazi da sagovornik bude u ravnopravnoj ravlini

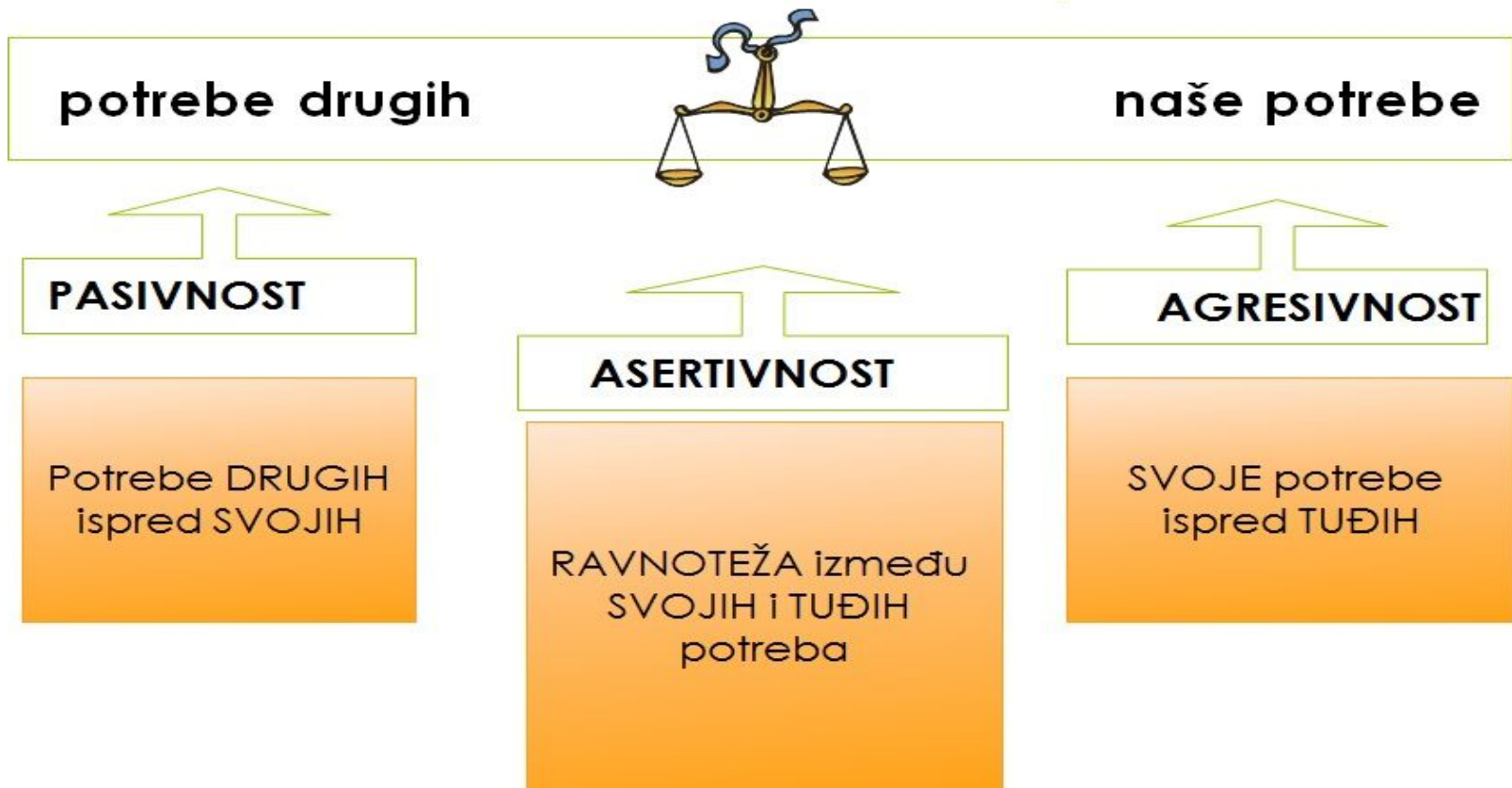
Maše rukama ili ih drži prekrštene na prsima. Sedi prekrštenih nogu (skakutanje, tapkanje...)

Stilovi komunikacije

- Pasivna komunikacija
- Asertivna komunikacija
- Agresivna komunikacija



Stilovi komunikacije



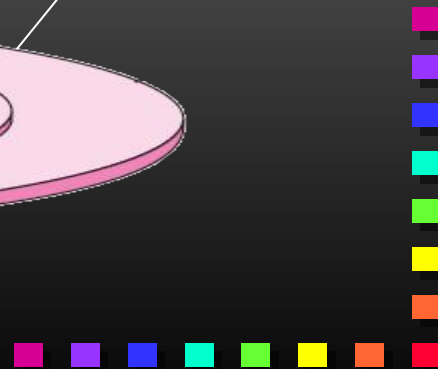
PASIVNO PONAŠANJE	ASERTIVNO PONAŠANJE	AGRESIVNO PONAŠANJE
Ne iskazivanje svojih osećanja i mišljenja iskreno i direktno	Iskreno i direktno iskazivanje svojih osećanja	Neadekvatno iskazivanje svojih osećanja i mišljenja
Stalno izvinjavanje	Borba za svoja prava	Stalno zahtevanje, okrivljivanje i naređivanje
Popuštanje pred zahtevima i naredbama drugih	Poštovanje ličnosti i prava drugih ljudi	Nepoštovanje prava drugih
Dopuštanje da drugi donose odluke	Odlučivanje za sebe	Odlučivanje za sebe i druge
Omalovažavanje i nisko samopoštovanje	Prikladna slika o sebi i visoko samopoštovanje	Postizanje ciljeva na račun drugih
Osećanje povređenosti, nezadovoljstva i anksioznosti, kao posledica vlastitog ponašanja	Preuzimanje inicijative u međuljudskim interakcijama	Iskorišćavanje drugih
Dopuštanje da budu iskorišćeni	Preuzimanje odgovornosti za svoja dela	Ne preuzimanje odgovornosti za svoja dela
Komunikološka poruka: „Ja ne vredim, ti vrediš“	Komunikološka poruka: „Ja vredim, ti vrediš“	Komunikološka poruka: „Ja vredim, ti ne vrediš“

Komunikacijski prostor

(uz sitne razlike među kulturama)



Adapted from Figure 7-3: Personal Space Categories for Those in the United States



Konflikt u komunikaciji i pregovorima

- Konflikt je proces koji počinje kada jedna strana percipira da druga strana negativno utiče, ili će negativno uticati, na nešto što je prvoj strani važno.
- Obuhvata širok raspon sukoba koji ljudi doživljavaju kao što su nespojivost ciljeva, tazlike u interpretaciji, neslaganja itd



Oblici konflikta



- Funkcionalni i disfunkcionalni
- Konflikti oko zadatka-vezan za ciljeve i sadržaj rada
- Konflikt oko odnosa-usmeren na međuljudske odnose
- Konflikt oko procesa-odnosi se na način obavljanja posla(posredovanja)

KONFLIKT – SUKOB – SUČELJAVANJE
/prodavac-kupac-agent/

- ***SUPROTNIH GLEDIŠTA***
- ***SUPROTNIH INTERESA***
- ***SUPROTNIH STAVOVA***
- ***SUPROTNIH NAMERA***
- ***SUPROTNIH TEŽNJI***

Vrste konflikta

KONFLIKT MOŽE BITI

- ▶ **INTERPERSONALNI – IZMEĐU DVA I VIŠE LICA**
- ▶ **INTRAPERSONALNI - UNUTRAŠNJI**

Konflikti u komunikaciji i pregovaranju

- *različito značenje reči,*
- *nesporazumi,*
- *nedovoljna razmena informacija,*
- *„Šum“ u komunikaciji,*
- *previše ili čak i premalo komunikacije može takođe dovesti do konflikta,*
- *izbor komunikacijskog kanala,*
- *loša priprema pregovaranja..*



Greške u slušanju

OBAVEZNO brže misliti nego govoriti

- Jezik je posrednik između misli i zvuka i kaže se da je jezik osnovno sredstvo za sporazumevanje.

Naučno je dokazano da prosečan čovek u minuti govori između 120-150 reči, a misli oko 600-800 reči.

- Različito značenje reči,
- nesporazumi,
- nedovoljna razmena informacija,
- izbor komunikacijskog kanala



Комуникација и перцепција

Опжање подстанара	Опжање власника стана
Станарина је већ велика:	Станарина одавно није подизана
Повећани су сви трошкови, не могу да дозволим себи повећање издатака за станарину	Повећани су сви трошкови, потребно ми је повећање прихода од станарине
Стану је потребно кречење	Баш је уништио стан
Знам људе који за исти стан плаћају знатно мање	Моје комшије сличан стан издају много скупље
Кад год ми затражи станарину ја одмах платим	Никад не плати станарину док не затражим
Овај крај и није нешто итд.	Требало би сви да покажујски подигну станарину, итд



ГЛАВНИ УЗРОЦИ РАЗЛАЗА ЗАПОСЛЕНОГ И КОМПАНИЈЕ ТЈ ПОСЛОДАВЦА

▪ лоша комуникација	41%
▪ неадекватно награђивање	21%
▪ лоше руководство	19%
▪ неслагање с пословном политиком предузећа	18%
▪ периодична извештавања	17%
▪ негативни третирање агентових карактеристика	17%
▪ лични сукоби	16%
▪ менаџмент игнорише агентове проблеме	15%
▪ лоша сарадња унутар куће	13%
▪ лош став агента према предузећу	11%
▪ недостатак одговарајуће едукације	11%
▪ недостатак иницијативе	11%

PREPORUČENA LITERATURA

- *Apoš, Merdžori Korman, Pregovaranje:ekspersstka rešenja za svakodnevnne izazove, Beograd, Data Status,*
- *Bojanić, R. Psihologija medjuljudskih odnosa, Naučna knjiga, Beograd, 1998.*
- *Bojičić, D. Kultura poslovnog ponašanja, Beograd, 2005, Alterc*
- *Vukmir, B. Strategije i taktike pregovaranja, RRIF, Zagreb, 2001.*
- *Dragičević Šešić M., Stojković, B. Kultura, menadžment, animacije, Klio, Beograd, 2001.*
- *Dobrijić, G. Moć i uticaj u poslovnom pregovaranju, Beograd, Univerzitet Singidunum, 2010 god*
- *Đoković, M. Osnovi prometa nepokretnosti,Old rojal sistem, Beograd, 2009.*
- *Đoković, M. Edukacija posrednika u prometu nepokretnosti, Privredna komora Srbije , Beograd, 2012.*
- *Janićijević, N. Organizaciono ponašanje, Data status, Beograd, 2008...*
- *Kovačević, A. Poslovno pregovaranje, AD-boks, Zagreb, 2006.*
- *Marković, M. Poslovna komunikacija, Klio, Beograd, 2003.*
- *Mandić, T. Komunikologija,:psihologija komunikacije, T.Mandić, Beograd, 1995.*
- *Marcetić, A. Poslovni bonton, etika, i etiketa, Delfinus akademija, Zagreb, 2011.god*
- *Mihić, M. Vještine prodaje i pregovaranja, Ekonomski fakultet Split, Split, 2006.*
- *Nikić,V. Poslovna etika i komuniciranje, Tivat Fakultet za mediteranske studije,2010,*
- *Miletić, M. Osnove komunikologije,Pedagoški fakultet Jagodina, 2005.*
- *Todorović, L. Pregovaranje- strukturirani proces komuniciranja, Neven, Beograd, 2010*



- ❖ Pitanja i odgovori
- ❖ E –mail: djokovic.milic@gmail.com
- ❖ Zahvaljujem na pažnji
- ❖ S poštovanjem
- ❖ M.Đoković