

Komunikasi Bisnis Penerbit Djoko Purwanto

Buku ajar ini ditulis dengan tujuan untuk meningkatkan proses belajar mengajar dan capaian kompetensi pada Mata Kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia. Dengan adanya buku ajar ini diharapkan agar mahasiswa dapat mempersiapkan diri dalam mengikuti perkuliahan yang lebih baik dan nantinya dapat meraih nilai yang memuaskan.

A practical, real-world guide for implementing enterprise risk management (ERM) programs into your organization Enterprise risk management (ERM) is a complex yet critical issue that all companies must deal with in the twenty-first century. Failure to properly manage risk continues to plague corporations around the world. ERM empowers risk professionals to balance risks with rewards and balance people with processes. But to master the numerous aspects of enterprise risk management, you must integrate it into the culture and operations of the business. No one knows this better than risk management expert James Lam, and now, with Implementing Enterprise Risk Management: From Methods to Applications, he distills more than thirty years’ worth of experience in the field to give risk professionals a clear understanding of how to implement an enterprise risk management program for every business. Offers valuable insights on solving real-world business problems using ERM. Effectively addresses how to develop specific ERM tools Contains a significant number of case studies to help with practical implementation of an ERM program While Enterprise Risk Management: From Incentives to Controls, Second Edition focuses on the “what” of ERM, Implementing Enterprise Risk Management: From Methods to Applications will help you focus on the “how.” Together, these two resources can help you meet the enterprise-wide risk management challenge head on—and succeed. ALERT: Before you purchase, check with your instructor or review your course syllabus to ensure that you select the correct ISBN. Several versions of Pearson’s MyLab & Mastering products exist for each title, including customized versions for individual schools, and registrations are not transferable. In addition, you may need a CourseID, provided by your instructor, to register for and use Pearson’s MyLab & Mastering products. Packages Access codes for Pearson’s MyLab & Mastering products may not be included when purchasing or renting from companies other than Pearson; check with the seller before completing your purchase. Used or rental books If you rent or purchase a used book with an access code, the access code may have been redeemed previously and you may have to purchase a new access code. Access codes Access codes that are purchased from sellers other than Pearson carry a higher risk of being either the wrong ISBN or a previously redeemed code. Check with the seller prior to purchase. -- Updated in its 3rd edition, Human Communication in Society is the only text to explore the interplay between the individual and society and its impact on communication. By understanding how the tensions among individual forces, societal forces, cultures, and contexts shape communication and meaning, readers become more ethical and effective communicators. Alberts, Nakayama, and Martin wrote Human Communication in Society to bring a comprehensive, balanced view to the study of human communication.

buku ini sebagai bahan perkuliahan khususnya ilmu-ilmu sosial di kalangan Perguruan Tinggi. Sebagai pimpinan tentunya mendukung sepenuhnya kreativitas dosen untuk menulis karya ilmiah baik berupa bahan ajar maupun berupa hasil kajian atau penelitian yang merupakan wujud dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan semakin giatnya dosen dalam menghasilkan sebuah tulisan tentu ini menjadi faktor pendorong mahasiswa untuk terus mengikuti jejak dosennya sekaligus sebagai contoh dan teladan bagi mahasiswa untuk menghasilkan karya-karya ilmiah yang dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang fenomena-fenomena yang terjadi dalam kehidupan sosial. Sebagai seorang dosen tentu memiliki kewajiban dalam melakukan penelitian selain melaksanakan fungsi tri dharma lainnya, oleh karena itu karya nyata dari seorang dosen menjadi prinsip yang dapat dipercaya, sebab tulisan lahir dari berbagai kajian maupun pendekatan teoritis dari berbagai sumber tulisan dalam rangka mendukung terpeenuhnya sumber belajar mahasiswa.

Komunikasi Bisnis, edisi 3

Social Media for Government

A Practical Approach

Bridging the Culture Gap

Komunikasi Kontemporer

Food Culture in Japan

Is it possible for human beings to study other humans as scientifically as physicists and microbiologists study inorganic matter, cells, and tissue? According to Dr. Babbie, one of the most recognized names in applied sociology, the social scientist must understand more than just the methodology involved in research. Babbie’s conviction that the power of social research lies more in the realm of questions than in the realm of answers prompted him to compose fifteen short essays addressing some of the fundamental philosophical and methodological issues involved in the scientific study of human beings.

The new South African edition of Tubbs and Moss offers examples, applications and cases tailored to the local market whilst retaining the successful focus on the principles and contexts of communication studies. The authors link theory and research with fundamental concepts and create plentiful opportunities for students to apply their understanding and develop useful communication skills. The new edition is fully updated with the most up to date examples and examples, with a strong focus on cultural diversity, technology and local applications. Mikael Krogerus and Roman Tschäppeler have tested the 44 most important communication theories and distilled them in book form, alongside clear and entertaining illustrations. Want better conversations? Ask open-ended questions that have no right or wrong answers-make your partner feel brilliant. Want better meetings? Ban smartphones, use a timer, and make everyone stand up. Want better business deals? Focus on the thing, rather than the person; on similarities, rather than differences; and on good outcomes, rather than perfect ones. Whether you want to present ideas more clearly, improve your small talk, or master the art of introspection, The Communication Book delivers, fusing theoretical knowledge and practical advice in a small but mighty package. With sections on work, the self, relationships and language, this book is indispensable for anyone who wants to improve what they say, and how they say it.

Dalam buku ini, penulis memaparkan konsep menulis karya ilmiah, penulisan resensi, kalimat efektif, pengembangan paragraf, dan tata cara presentasi, pidato, membuat ringkasan, dan pengembangan bahasa Indonesia. Oleh sebab itu, buku ini merupakan salah satu buku wajib dalam mata kuliah Bahasa Indonesia. Buku ini bertujuan untuk mempermudah mahasiswa dalam menguasai mata kuliah bahasa Indonesia, dengan tujuan akhir diharapkan mahasiswa terampil dalam berbahasa, sehingga mahasiswa dapat dibina melalui kegiatan menyimak, berbicara, membaca, dan menulis dengan keterampilan menulis akademik. Karena mata kuliah Bahasa Indonesia sebagai MPK menekankan keterampilan mahasiswa untuk menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar. Buku ini ditulis untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam aspek menulis karya ilmiah. Materi yang disajikan dalam buku ini merupakan hasil kajian bersama mahasiswa dalam mata kuliah “Bahasa Indonesia”. Untuk itu, ucapan terima kasih yang tidak terhingga penulis sampaikan kepada seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi dan Bisnis (PEB) Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah memberikan sumbangan ide kepada penulis, sehingga terciptalah buku ini.

Persuasive Communication

Korespondensi Bisnis Modern

Komunikasi Bisanis – Konsep dan Praktik

Business Communication Today

Komunikasi bisnis

Essays in Social Research, Second Edition

The Best leaders know how to communicate clearly and persuasively. How do you stack up?If you read nothing else on communicating effectively, read these 10 articles. We’ve combed through hundreds of articles in the Harvard Business Review archive and selected the most important ones to help you express your ideas with clarity and impact—no matter what the situation. Leading experts such as Deborah Tannen, Jay Conger, and Nick Morgan provide the insights and advice you need to: Pitch your brilliant idea—successfully Connect with your audience Establish credibility Inspire others to carry out your vision Adapt to stakeholders’ decision-making style Frame goals around common interests Build consensus and win support

Provides the reader with a range of practical communication skills. They apply to three major communications issues of business: the company communication; management and staff communicating with each other; presentations, meetings, reports and promotion.

This short course is for learners who need to improve their ability to communicate when socialising, telephoning, presenting, taking part in meetings and negotiating. The course aims to build confidence and fluency by encouraging students to analyse tasks and take part in practice activities. This second edition has been redesigned and now includes a page of self-study tasks for each of the 15 units.

Keterampilan komunikasi bisnis meliputi kemampuan dalam berbagai level komunikasi, mulai dari komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok hingga komunikasi publik.Tidak saja dalam berkomunikasi secara lisan, tetapi mencakup komunikasi tertulis. Menulis surat, menyusun laporan dan proposal merupakan keterampilan praktis yang dibutuhkan oleh setiap orang yang terlibat dalam dunia bisnis.

Human Communication

Bisnis Islam Di Era Digital

Reaching Out

Teori Komunikasi Bisnis

Get It Done Right, Get It Done Fast!

A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere

This book provides practical know-how on understanding, implementing, and managing main stream social media tools (e.g., blogs and micro-blogs, social network sites, and content communities) from a public sector perspective. Through social media, government organizations can inform citizens, promote their services, seek public views and feedback, and monitor satisfaction with the services they offer so as to improve their quality. Given the exponential growth of social media in contemporary society, it has become an essential tool for communication, content sharing, and collaboration. This growth and these tools also present an unparalleled opportunity to implement a transparent, open, and collaborative government. However, many government organization, particularly those in the developing world, are still somewhat reluctant to leverage social media, as it requires significant policy and governance changes, as well as specific know-how, skills and resources to plan, implement and manage social media tools. As a result, governments around the world ignore or mishandle the opportunities and threats presented by social media. To help policy makers and governments implement a social media driven government, this book provides guidance in developing an effective social media policy and strategy. It also addresses issues such as those related to security and privacy.

REVEL™ for Fundamentals of Organizational Communication helps students develop the knowledge, sensitivity, skills, and values critical for organizational communication. Utilizing a competency-based approach, author Pamela Shockley-Zalabak blends theory, analysis, and practice to provide a practical and engaging introduction to the field. REVEL is Pearson’s newest way of delivering our respected content. Fully digital and highly engaging, REVEL offers an immersive learning experience designed for the way today’s students read, think, and learn. Including course content with media interactives and assessments, REVEL empowers educators to increase engagement with the course, and to better connect with students. NOTE: REVEL is a fully digital delivery of Pearson content. This ISBN is for the standalone REVEL access card. In addition to this access card, you will need a course invite link, provided by your instructor, to register for and use REVEL.

“Luna, the perfect secret agent, is back! With her handler, Control, and government psychiatrist Dr. Andy posing as her mother and father, Luna has gone undercover at Nobel High to foil the latest scheme of the evil Count Von Brucken. Luna has made both friends and rivals, and developed a big time crush on Von Brucken’s bad boy son. But the greatest challenge lies ahead, one that not even Luna and her makeshift ‘parents’ are ready for—family week! ”

Do you hate attending networking events? Do you hide at the back of the room when you have the opportunity to present your business? Are you uncomfortable approaching people you don’t know? Does the thought of speaking in public fill you with dread? If so, then you share anxieties in common with almost everyone who has ever worked and had to present themselves in a formal setting. In 1984 a New York Times Survey on Social Anxiety placed death third in the list of people’s biggest fears. The top two responses were walking into a room full of strangers and speaking in public. Winning Presentation In A Day will help you overcome your fears and deliver a powerful message, every time. Understanding how to give a winning presentation is an absolute necessity in today’s world. Sooner or later, everyone has to give a presentation, whether at work (a sales call, a briefing to the boss, participating in a seminar) or in personal life (a class report, speaking at a community organization). Yet the idea of getting up in front of others is absolutely terrifying for many people. This handy guide shows readers how to overcome their fear and create a great presentation quickly and easily. This book covers all the most important aspects of developing and delivering a successful presentation, including content; organizing an effective message; delivery techniques, including pacing, humour, statistics, and storytelling; handouts, graphs, charts, and other tools; managing the Q&A; making a good impression; and conquering stage fright. Also included are equipment tips and techniques for videoconferences and teleconferences. From The Planning Shop website www.theplanningshop.com At The Planning Shop, we have one goal: helping you develop a successful business plan for a successful business. Our mission is to be the number one provider of business planning resources for the serious entrepreneur. Our books and products are based on years of real-world experience, sharing insight and advice—secrets and strategies—from entrepreneurs, funding sources, CEOs, strategic partners and more—with our readers. In the US, hundreds of thousands of entrepreneurs have used The Successful Business Plan to develop their business plans. It’s widely adopted by business schools; tens of thousands of MBA students have used it to create business plans and to enter business plan competitions. Entrepreneurs throughout the world have turned to The Successful Business Plan to guide their business development. USAID programs (United States Agency for International Development) adopted it to assist novice entrepreneurs emerging from Communist rule; entrepreneurs and students in places as far apart as Thailand, Ghana, Greece, Uruguay and even Afghanistan use it.

Observing Ourselves

Merawat Pluralisme Merawat Indonesia (Potret Pendidikan Pluralisme Agama Di Jembrana-Bali)

Strategic Communication in Business and the Professions

Katalog Buku Erlangga

A Practical Guide to International Business Communication

Model-model Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0

Berikut ini adalah Katalog Buku-buku Erlangga (Katalog SD Erlangga edisi april 2019).

This classic, cogent analysis of the major theories of persuasive communication includes many examples from advertising, the legal profession and social sciences research.

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi bisnis. Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan hendaknya tidak hanya sekedar informatif tetapi juga haruslah persuasif, agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau melakukan suatu perbuatan atau kegiatan. Komunikasi digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam jenis dan bentuk komunikasi untuk mencapai tujuan bisnis. Oleh karena itu komunikasi yang terjadi di dunia bisnis, tidak boleh melanggar norma-norma bisnis.

Peran komunikasi bisnis sangat penting dalam kegiatan bisnis sekarang ini. Buku ini berisi informasi tentang konsep dasar komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis dapat diterapkan dalam berbagai aktivitas bisnis untuk mencapai tujuan organisasi. Penguasaan komunikasi bisnis mampu meningkatkan hubungan yang baik dengan karyawan, konsumen, dan pihak lainnya. Adapun tujuan dari buku ini untuk membantu mahasiswa, akademisi dan praktisi untuk memahami konsep dasar komunikasi bisnis. Buku ini terdiri dari 12 Bab dengan masing–masing bahasan sebagai berikut Bab 1 Memahami komunikasi bisnis dan komunikasi antar bisnis Bab 2

Komunikasi dalam organisasi dan komunikasi bisnis lintas budaya Bab 3 Perencanaan, pengorganisasian, dan rivisi pesan – pesan bisnis Bab 4 Penulisan direct request dan penulisan permintaan pesan-pesan rutin dan positif Bab 5 Penulisan surat lamaran kerja dan penulisan resume Bab 6 Wawancara kerja, presentasi bisnis, dan negosiasi Bab 7 Rapat bisnis Bab 8 Penulisan laporan bisnis dan penulisan laporan singkat Bab 9 Penulisan laporan formal Bab 10 Komputer personal dan komunikasi bisnis Bab 11 Dasar – dasar Internet Bab 12 Teknologi penyimpanan data elektronik dalam komunikasi bisnis

Turning Practical Communication Into Business Power

Winning Presentation in a Day

Komunikasi Bisnis

The Communication Book: 44 Ideas for Better Conversations Every Day

Communication for Business

Dalam realitas revolusi industri 4.0, kompetensi para pengkaji komunikasi pun sudah mengalami perubahan. Komunikasi tidak lagi dianggap sebagai pola hubungan antar personal yang diadak namun dikoneksikan dalam hubungan berdunia maya. Bahkan pemenuhan berbagai kebutuhan hidup pun tidak lagi mengandalkan pola hubungan interpersonal yang diadak tersebut, namun telah mengalami perubahan yang sangat signifikan baik dari aspek jangkauan maupun media yang dipergunakan. Sehingga keterampilan komunikasi yang sedari awal digunakan untuk memudahkan persoalan manusia, ke depan haruslah direvisi dengan lebih memanfaatkan potensi teknologi informasi yang ada, berupa sistem terapanikasi, sumber big data yang ada di internet serta pemanfaatan secara optimal jaringan internet yang ada sehingga setiap orang cukup hanya dengan sekali klik saja, maka telah terpenuhilah semua kebutuhan hidupnya. Potensi big data dan kecanggihan teknologi memberikan ruang kemudahan untuk penyediaan informasi atas apa pun yang dibutuhkan oleh individu, sehingga implementasi keterampilan komunikasi pun setidaknyanya perlu mengikuti proses perubahan ini. Buku ini merupakan sebuah upaya untuk membunikan kompetensi kajian komunikasi dalam berbagai realitas kebutuhan manusia demi kesejahteraan kehidupan manusia. Semoga buku ini mampu memotivasi para generasi muda untuk menjadi insan-insan yang kreatif di berbagai bidang, menciptakan ruang imajinasi yang “unpredictable” sehingga menghasilkan karya/produk yang luar biasa.

Buku ini merupakan bentuk hasil dari kerjasama para penulis yaitu mahasiswa dan mahasiswa dari prodi manajemen pendidikan Islam semester III dalam rangka memberikan output dari hasil pembelajaran mata kuliah komunikasi organisasi. Buku ini berisi mengenai materi pembelajaran yang yang dibahas dalam mata kuliah komunikasi organisasi berdasarkan silabus yang telah ditentukan.

*Public Relations: contemporary issues and techniques offers a definitive guide to public relations management. It provides comprehensive analysis and explanation of a full range of modern PR techniques, spanning both inhouse and agency practice. The text has involved fundamental restructuring and updating of existing material and the incorporation of the new techniques and strategies, for instance: * The use of multimedia techniques in PR * Overseas media and the globalization of media communications * The latest case examples - notably New Labour’s rebranding and media management since 1997, government PR during the 2001 war against Afghanistan, and the 2002 football World Cup The book presents the core strategies for successful PR combining this with indepth advice on implementation and the everyday techniques that every PR person needs to grasp. With a range of new user-friendly textual features, the book’s practical, how-to focus, wedded to firm theoretical analysis, makes it the ideal text for those studying for professionally accredited examinations such as the IPR, CAM and LCCI awards. It is also a useful aide-memoire for all practising PR professionals. * Features transcripts of interviews with key individuals involved in Public Relations * Dedicated guide to the myriad strategies and techniques involved in PR today. * New material reflecting the impact of new technology and the globalisation of media communications.*

This timely book satisfies the new interest and taste for Japanese food, providing information on foodstuffs, cooking styles, etiquette, and more.

English for Business Communication Audio CD Set (2 CDs)

Public Relations

From Methods to Applications

Buku Komunikasi Bisnis

Katalog Buku Erlangga edisi april 2019

Business Communications

Buku Ajar Komunikasi Bisnis ini dibuat untuk mewujudkan masyarakat peduli kepada komunikasi terutama komunikasi bisnis selain itu buku ini ditulis supaya mahasiswa dapat membuat surat lamaran kerja dengan baik dan benar dan mempersiapkan dunia kerja dengan baik. Buku Ajar Komunikasi Bisnis diperuntukan terutama untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Politik khususnya dan mahasiswa fakultas lain umumnya, selain itu buku ini juga diperuntukkan kepada masyarakat pebisnis dan dunia usaha. Buku Ajar Komunikasi Bisnis ini memiliki struktur sebagai berikut yaitu terdiri dari 15 bab dengan masing-masing isis bab sebagai berikut : Bab 1 mengenai garis besar komunikasi bisnis, Bab 2 mengenai Buku Ajar Komunikasi Bisnis ini memberi pesan khusus kepada pengguna buku yakni di setiap bab penulis cantumkan ilustrasi, gambar atau skema yang membuat pengguna buku memahami isi dari buku tersebut. Pesan selanjutnya yang disampaikan adalah pemahaman yang diberikan kepada pengguna buku dalam mempelajari buku ajar ini.

Judul : Buku Ajar Komunikasi Bisnis Penulis : Dr. Rosnaini Daga., SE., MM., CPHCM Ukuran : 15,5 x 23 cm Tebal : 175 Halaman No ISBN : 978-623-6233-53-5 Dalam buku ini membahas beberapa konsep dasar komunikasi. Mahasiswa perlu memahami konsep-konsep komunikasi sering dipandang sebagai kemampuan bawaan, bukan kemampuan yang kita peroleh melalui belajar. Namun sebenarnya, komunikasi itu merupakan hasil belajar. Kita belajar berkomunikasi melalui meniru apa yang dilakukan orang lain, terutama orang tua kita saat kita masih bayi. Lalu kita belajar komunikasi dari rekan sebaya. Intinya, kita bisa berkomunikasi karena kita memang mempelajari komunikasi. Meski bisa saja proses belajarnya sendiri tidak kita sadari, namun proses belajar tersebut tetap berlangsung dan kita pun memanfaatkan hasil belajar tersebut untuk kegiatan komunikasi kita. Konteks komunikasi bisa beragam, Bisa dalam konteks sosial seperti dalam pergaulan sehari-hari, konteks formal seperti komunikasi antardua kepala negara, dan konteks bisnis seperti yang akan kita pelajari pada modul ini. Pemahaman atas konsep dasar pada dua kegiatan belajar ini selanjutnya akan membantu kita melakukan komunikasi secara lebih mudah, baik komunikasi lisan maupun komunikasi tertulis. Mungkin tidak kita sadari, sejak bangun tidur hingga tidur lagi kita selalu terlibat dalam kegiatan komunikasi. Pagi-pagi kita dibangunkan orang lain atau alarm dari handphone, lalu menjawab panggilan telepon atau membaca SMS, membaca koran, menonton televisi, bercakap-cakap dengan teman, mendengarkan radio, atau membaca modul ini saat menjelang tidur. Memang tidak seorang manusia pun yang tidak berkomunikasi dalam kehidupannya.

Dalam kegiatan komunikasi itu,pada dasarnya ada 4 kegiatan pokok, yaitu (a) berbicara, (b) mendengarkan, (c) membaca, dan (d) menulis. Keempat kegiatan tersebut biasanya dikategorikan menjadi dua bentuk komunikasi yaitu komunikasi lisan dan komunikasi tulis. Kegiatan komunikasi lisan merupakan kegiatan komunikasi yang tertua dalam sejarah peradaban manusia. Karena kegiatan komunikasi tertulis baru dilakukan manusia setelah manusia mengenal huruf. Buku ini dilengkapi dengan contoh-contoh soal pada setiap BAB yang akan membantu Mahasiswa untuk menyelesaikan setiap persoalan.

Buku ini membahas tentang Merawat Pluralisme Merawat Indonesia: Potret Pendidikan Pluralisme Agama di Jembrana-Bali. Buku ini menjadi sangat penting untuk dibaca, karena terkait dengan fenomena yang terjadi belakangan ini bahwa perbedaan agama seringkali menjadi pemicu terjadinya konflik sosial. Bahkan, banyak diantara para pemikir beranggapan bahwa toleransi dan konstruksi sosial yang positif dilihat dari sejarah serta implikasinya hanyalah bersumber dari pemeliharaan dan pemahaman terhadap kebudayaan yang dipahami secara mendalam oleh individu-individu dalam masyarakat melalui proses pendidikan tanpa melibatkan unsur agama. Padahal, budaya adalah hanyalah potongan suatu konsep yang tajam, mengkhusus, dan teoritis dari agama. Agama dan budaya dapat berdiri sejajar dan sama-sama membentuk sikap individu. Agama dan budaya juga merupakan kekuatan untuk membebaskan manusia dari kebodohan, keterindasan, dan perikaian yang menyengsarakan. Maka untuk menghindari manusia dari segala dampak negatif itu, diperlukan sebuah model pendidikan yang dapat menyentuh aspek psikologi, sosiologi, fenomenologi, dan bahkan histori, yang terkontekstualisasi pada daerah dimana pendidikan itu dioperasionalsikan. Merawat Pluralisme Merawat Indonesia (Potret Pendidikan Pluralisme Agama Di Jembrana-Bali) ini diterbitkan oleh Penerbit Deepublish dan tersedia juga dalam versi cetak”

Buku ini merupakan satu di antara begitu banyak buku komunikasi bisnis yang memberikan penguatan pada keterampilan komunikologi bagi para mahasiswa dan calon komunikator bisnis, termasuk mereka yang sudah terlebih jauh menekuni dunia komunikasi bisnis secara praktis. Pada ruang lingkup yang lebih luas, penulis memberikan gambaran bagaimana secara konsep maupun praktik buku ini memudahkan komunikator menyampaikan pesan bisnisnya sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, pada proses penyusunannya, buku ini tak terlepas dari hasil pengalaman selama menjadi praktisi komunikator bisnis di beberapa perusahaan, demikian pula dengan referensi yang disusun secara sistematis dan logis.

Contemporary Issues and Techniques

Fundamentals of Organizational Communication, Updated Edition

Amazing Agent Luna Vol. 02

South African Edition

KOMUNIKASI ADMINISTRASI

It’s Your Voice That Matters

Communication is probably the most critical skill we need in today’s fast-paced business world. Shirley’s tips and techniques are excellent models to follow for successful and effective communication. Well done on a great fourth edition. Vanessa Yuen, Senior HR Executive (Training and Development), Chevron Oronite Pte Ltd, Singapore Looking for an all-in-one package containing all the techniques, guidelines and examples needed to ensure effective oral and written communication skills throughout your career? Look no further. Shirley Taylor’s Communication for Business, 4th edition, addresses all aspects of business communication in clear and simple language. With its tried and tested successful formula, the book places emphasis on basic business writing and rules of good writing. Features include: - Illustrations throughout add a fun, humorous element to reinforce key points.

Selling the concept of e-learning to management can e one of the biggest obstacles in bringing technology-based learning tools to your organization. But, you can win the hearts and minds of management with the knowledge tools, and confidence presented in this title. Learn the risks and benefits and be prepared to paint a realistic portrait that shows you’ve left nothing to chance.

Develop a rigorous practice of putting words on paper and write your memoir. Write regularly with this collection of inspiring thoughts and blank pages and improve your discipline for capturing your unique story. What were the problems your life has presented and how have you overcome them? People want to know.

As globalization continues to gather momentum, the contact between business people from other countries is becoming more and more frequent. The more national boundaries a company crosses, the greater the scope for misunderstanding and conflict. To succeed internationally, it is essential to be able to break the barriers of culture, language and set patterns of thinking. The second edition of Bridging the Culture Gap, written by two of Canning’s most experienced trainers, is a distillation of many years’ work and is based on the real-life business situations of their international clients. You’ll find out how to interpret the party line, communicate with style, get your message across, be sensitive to other cultures, and ultimately, win the deal. This fully updated new edition also includes a new chapter on making yourself understood in English. Packed with fascinating cases, cultural awareness scales, communication style tests and practical tips, this lively guide will help anyone - of any nationality - to become a better communicator. Whether you’re planning to give a presentation to a cross-cultural group or about to negotiate with an overseas client, Bridging the Culture Gap will ensure that your cultural awareness antennae are well tuned.

Human Communication in Society

Buku Ajar Komunikasi Bisnis

Pokok-Pokok Bahasa Indonesia

Dasar-Dasar Komunikasi Organisasi

Principles and Methods

Selling E-Learning