

**Poerwanto  
Zakaria Lantang Sukirno**

# KOMUNIKASI BISNIS

**Buku Pengantar Bisnis Communication  
Perspektif Konseptual dan Kultural**

Bisnis adalah interaksi antara subjek dan objek yang ditarik dari kognisi dan emosi dengan tujuan dan kepuasan pelanggan. Bisnis adalah keseimbangan antara subjek dan objek dalam perspektif kognitif dan kultural. Bisnis adalah keseimbangan antara subjek dan objek dalam perspektif kognitif dan kultural.

Bisnis adalah interaksi antara subjek dan objek yang ditarik dari kognisi dan emosi dengan tujuan dan kepuasan pelanggan. Bisnis adalah keseimbangan antara subjek dan objek dalam perspektif kognitif dan kultural. Bisnis adalah keseimbangan antara subjek dan objek dalam perspektif kognitif dan kultural.



PUSTAKA PELAJAR

# **Daftar Isi**

**Pengantar — v**

**Daftar Isi — ix**

## **Bagian Satu**

**Bisnis dan komunikasi sebagai fenomena sosial — 1**

1. Bisnis dan alternatif — 1
2. Komunikasi — 21
3. Isu-isu etika — 30

## **Bagian Dua**

**Prinsip-prinsip Komunikasi Bisnis — 49**

4. Lingkup komunikasi bisnis — 51
5. Bentuk-bentuk komunikasi bisnis — 76
6. Strategi organisasi — 88

## **Bagian Tiga**

**Sinergi — 101**

7. Komunikasi antarkultur — 103

8. Negosiasi bisnis antarkultur — 130

## **Bagian Empat**

### **Komunikasi Pemasaran — 159**

9. Pemasaran — 161

10. Komunikasi pemasaran — 179

## **Bagian Lima**

### **Teknologi komunikasi informasi — 203**

11. Pebisnis pembelajar — 205

12. Inovasi dan kreativitas — 225

13. Teknologi komunikasi informasi — 234

## **Daftar Pustaka — 249**

## **Indeks — 257**

## **Tentang Penulis — 263**