

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Preddiplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	<b>Kultura i turizam</b>

<b>NAZIV PREDMETA</b>	<b>KOMUNICIRANJE U KULTURI I TURIZMU</b>				
Šifra	IKP301		ECTS	4	
Status predmeta	Obvezni		Akadska godina	2012./2013.	
Godina	III.		Semestar	VI.	
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski i njemački				
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta					
Nositelj predmeta	Prof.dr.sc. Nada Zgrabljic Rotar				
Suradnik na predmetu	Šime Knežević, prof.				
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati				
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	15	30			
	<b>Izvoditelj nastave</b>				
	Prof.dr.sc. Nada Zgrabljic Rotar Šime Knežević, prof.	Šime Knežević, prof.			
Cilj predmeta	<b>Educirati studente za razumijevanje važnosti i primjenu dobrog komuniciranja u kulturi i turizmu</b>				
Ishodi učenja	<p>Razumjeti važnost dobrog komuniciranja među različitim kulturama i ljudima.          Analizirati komunikacijsku mrežu na turističkom tržištu.          Planirati i izvesti akcije komuniciranja na emitivnom turističkom tržištu.          Kreirati, opisati i ilustrirati turistički proizvod po načelima dobrog komuniciranja.          Odrediti prioritete u komuniciranju.          Sintetizirati, analizirati i vrednovati provedene komunikacijske aktivnosti u odnosu na uložena sredstva.</p>				
Sadržaj predmeta po cjelinama	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema
	1.	1.-4.	1P 2S	3	Uvodni dio o komuniciranju-Glavne teze, Svjetski dokumenti o turizmu, Demografska hladnoća i turizam, Turistička godina
	2.		1P 2S	3	Komuniciranje na emitivnom tržištu
	3.		1P 2S	3	Komuniciranje nekomercijalnog (državnog) ureda za turizam
	4.		1P 2S	3	Načini komuniciranja u prodaji turističkih aranžmana
	5.	5.	1P 2S	3	Zatvoreni sustavi prodaje, Globalni distribucijski sustavi
	6.	6.	1P 2S	3	Model uspješnog tržišnog komuniciranja
	7.	7.	1P 2S	3	Komuniciranje na turističkim sajmovima
	8.	8.	1P 2S	3	Tiskovna konferencija za turističke novinare na emitivnom tržištu

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Preddiplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	<b>Kultura i turizam</b>

	9.	9.	1P 2S	3	Komuniciranje pomoću turističkog kataloga
	10.	10.	1P 2S	3	Uloga turističkih stručnih novina na emitivnom tržištu
	11.	11.	1P 2S	3	Definirani ciljevi Europske unije za turizam
	12.	12.	1P 2S	3	Komuniciranje s međunarodnim organizacijama čiji su interesi usmjereni na turizam
	13.	13.	1P 2S	3	Frankfurtska tabela-Značajno pomagalo u turističkom komuniciranju
	14.	14.	1P 2S	3	Kreiranje i plasman turističkog proizvoda na načelima dobrog komuniciranja
	15.	15.	1P 2S	3	Komuniciranje javnog i privatnog sektora u turističkoj destinaciji
<b>Obvezna literatura:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Knežević, Š., Komuniciranje u turizmu, Redak Split, Split, 2011.</li> <li>2) Zgrabljic Rotar, N., Društvena odgovornost i mediji na primjeru turizma, Zbornik Mediji i turizam 407-421, Zadar, 2010.</li> <li>3) Zgrabljic Rotar, N., Razović, M.. i Vidaković. J., Internet as a source of information for tourist: Cas Croatia, Journal of US-China Public Administration, Vol. 7, No. 11, 56-66, November 2010.</li> <li>4) Brosius, H-B., Kommunikation über Grenzen und Kulturen, DGpuK, Hannover, 2000.</li> </ol>				
<b>Dopunska literatura:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Maier-Rabler, U. i Latzer, M., Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel, DGpuK, Hannover, 2001.</li> <li>2) Likorish, L.J. i Jenkins, C.L., Uvod u turizam, Ekokon, Split, 2006.</li> <li>3) Erler, B., Messen als Kommunikations- und Marketinginstrument, Austria Verlag, Wien, 2006.</li> </ol>				
<b>Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina</b>					
	<b>Oblik rada</b>		<b>BODOVI</b>	<b>Oblik rada</b>	<b>BODOVI</b>
	Aktivno sudjelovanje na nastavi		<b>10</b>	Referat – Praktični zadaci	
	Domaće zadaće			Eksperimentalni rad	
	Esej		<b>10</b>	Grupni zadatak (projekt)	
	Seminarski rad		<b>10</b>	Projekt	
	Pismeni ispit		<b>30</b>	Praktični rad	
	Usmeni ispit		<b>40</b>	<i>....Ostalo upisati</i>	
Kolokviji*			<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	
<b>Formiranje ocjene</b>	<b>BODOVI (od – do)</b>			<b>Ocjena</b>	
	0-59			1 (nedovoljan)	
	60-69			2 (dovoljan)	
	70-7			3 (dobar)	
	80-89			4 (vrlo dobar)	
	90-100			5 (izvrstan)	
<b>Izračun ECTS bodova</b>					
<b>NAPOMENA:</b> Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati					
<b>Element opterećenja vrijeme potrebno za</b>	<b>Prosječno potreban broj sati</b>			<b>Prosječno potreban broj sati</b>	
	<b>Redovni studij</b>			<b>Izvanredni studij</b>	
Nastava	30			30 (konzultacije)	
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	45			45	

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Preddiplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	<b>Kultura i turizam</b>

Ispiti i kolokviji	45	45
<b>Ukupno</b>	<b>120</b>	<b>120</b>
<b>Uvjeti za dobivanje potpisa</b>		
Studenti su obvezni sudjelovati na ukupno 70 % predavanja i seminara.		
<b>Raspored održavanja ispita</b>		
prema objavljenom Odjelnom rasporedu		
<b>Konzultacije</b>		
dan u tjednu	vrijeme održavanja	
Utorak	12,00-13,00	
Četvrtak	11,00-12,00	
<b>Kontakt informacije</b>		
bonaca@zd.t-com.hr		
Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studentska evaluacija na razini Sveučilišta</li> <li>- Osobni razgovori sa studentima.</li> </ul>	
Dodatna napomene nastavnika		