



NAZIV PREDMETA	NJEMAČKI JEZIK II																																		
Šifra	KUL305 IKM513 IKN513																																		
Vrste izvođenja nastave	<input type="checkbox"/> predavanja <input type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)																																	
Nositelj predmeta	mr. sc. Tomislav Krpan, viši predavač																																		
Suradnik na predmetu																																			
Obvezni ili izborni kolegij	Obvezni																																		
Godina	Druga (diplomski)	Semestar	Treći (zimski)																																
Cilj i sadržaj predmeta i nastavnih jedinica	<p>Odabrane teme iz kulture i civilizacije zemalja njemačkoga govornog područja; prijevodne vježbe s njemačkoga na hrvatski jezik i obrnuto s ciljem svladavanja tehnika prevođenja u području kulture i turizma.</p> <table border="1"><thead><tr><th>TJEDAN</th><th>TEMA PREDAVANJA</th></tr></thead><tbody><tr><td>1.</td><td>Geschichte des Tourismus</td></tr><tr><td>2.</td><td>Kulturtourismus</td></tr><tr><td>3.</td><td>Grundlegende Bereiche der Kulturtouristik</td></tr><tr><td>4.</td><td>Österreichisches Kulturangebot</td></tr><tr><td>5.</td><td>Kulturmanagement im Tourismus</td></tr><tr><td>6.</td><td>Touristische Präsentation von Regionen</td></tr><tr><td>7.</td><td>Angewandtes touristisches Marketing</td></tr><tr><td>8.</td><td>Medien</td></tr><tr><td>9.</td><td>Kommunikationspolitik</td></tr><tr><td>10.</td><td>Werbung</td></tr><tr><td>11.</td><td>Marketing im Internet</td></tr><tr><td>12.</td><td>Marketing für Teilmärkte</td></tr><tr><td>13.</td><td>Neue Trends</td></tr><tr><td>14.</td><td>Tourismuspolitik</td></tr><tr><td>15.</td><td>Gesamtwiederholung und Prüfungsvorbereitung</td></tr></tbody></table>			TJEDAN	TEMA PREDAVANJA	1.	Geschichte des Tourismus	2.	Kulturtourismus	3.	Grundlegende Bereiche der Kulturtouristik	4.	Österreichisches Kulturangebot	5.	Kulturmanagement im Tourismus	6.	Touristische Präsentation von Regionen	7.	Angewandtes touristisches Marketing	8.	Medien	9.	Kommunikationspolitik	10.	Werbung	11.	Marketing im Internet	12.	Marketing für Teilmärkte	13.	Neue Trends	14.	Tourismuspolitik	15.	Gesamtwiederholung und Prüfungsvorbereitung
TJEDAN	TEMA PREDAVANJA																																		
1.	Geschichte des Tourismus																																		
2.	Kulturtourismus																																		
3.	Grundlegende Bereiche der Kulturtouristik																																		
4.	Österreichisches Kulturangebot																																		
5.	Kulturmanagement im Tourismus																																		
6.	Touristische Präsentation von Regionen																																		
7.	Angewandtes touristisches Marketing																																		
8.	Medien																																		
9.	Kommunikationspolitik																																		
10.	Werbung																																		
11.	Marketing im Internet																																		
12.	Marketing für Teilmärkte																																		
13.	Neue Trends																																		
14.	Tourismuspolitik																																		
15.	Gesamtwiederholung und Prüfungsvorbereitung																																		



Kompetencije koje se stječu	Analizom i interpretacijom tekstova stvara se osnova za razumijevanje i znanja o interkulturalnosti. Naglasak se stavlja na područje kulturne baštine i poduzetništva u kulturi, turizma, medija i ekologije u turizmu, pri čemu osposobljavamo studente za identifikaciju, razumijevanje i prikaz jezičnih i interkulturalnih dodira i odnosa.			
Obveze studenata:	Opće: Studenti su dužni aktivno sudjelovati na ukupno 70 % predavanja i vježbi i redovito izvršavati zadatke za individualni i praktični rad .			
	Posebne: Izvanredni studenti nemaju obvezu dolazaka na nastavu, ali imaju obvezu ispunjavanja svih ostalih vidova izvođenja nastave prema opisu predmeta.			
Obvezna literatura:	1.) Matzka, C./Eigner, M./Heinrich, A./Sussenbacher, H.: <i>Kultur-Tourismus</i> , Trauner Verlag, Linz, 2003.			
Dopunska literatura:	1.) Gojmerac, M./Mikić, P.: <i>Kroatische Touristikwerbung in deutscher Übersetzung</i> , Naklada Slap, Zagreb, 2008. 2.) Janich, N.: <i>Werbepsprache. Ein Arbeitsbuch</i> , Tübingen, 2005. 3.) Izabrani tekstovi iz novina i časopisa zemalja njemačkoga govornog područja. 4.) Helbig, G./Buscha, J.: <i>Deutsche Grammatik</i> , Langenscheidt-Verlag Enzyklopädie, Leipzig, Berlin, München, Zürich, New York, 2002. 5.) Hansen-Kokoruš, R. et al.: <i>Deutsch-kroatisches Universalwörterbuch</i> , Nakladni zavod Globus/Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 2005.			
ECTS bodovi	5			
Praćenje studenata rada	STUDENTI se ocjenjuju tijekom semestra bodovanjem raznih provjera znanja. Ukupno se može dobiti 100 bodova. Dovoljan= 60 bodova, Dobar= 70 bodova, Vrlo dobar= 80 bodova, Izvrstan= 90 bodova. Nastavnik odlučuje koliko će bodova nositi pojedina provjera, ali samo jedna ne može donijeti prolaznu ocjenu.			
	Oblik rada	BODOVI	Oblik rada	BODOVI
	Pohađanje nastave	10	Referat	
	Eksperimentalni rad		Seminarski rad	10
	Esej		Usmeni ispit	20
Kolikviji		Projekt		

**Odjel za turizam i komunikacijske znanosti**DIPLOMSKI
STUDIJ

	Pismeni ispit	40	Praktični rad	20
		Istraživanje		<i>....Ostalo upisati</i>
Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe se vrši nadzorom nad redovitošću nastave po terminima i trajanju, nadzorom pohađanja nastave, evaluacijom uspjeha provjere znanja, evaluacijom studentske ankete i kontinuiranim praćenjem primjedbe studenata.			
Dodatna napomene nastavnika				