

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	


<b>NAZIV PREDMETA</b>	<b>POSLOVNO KOMUNICIRANJE</b>		
<b>Šifra</b>	IKP 202		
<b>Vrste izvođenja nastave</b>	<input type="checkbox"/> predavanja <input type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)	
<b>Nositelj predmeta</b>	Prof.dr.sc. Nada Zgrabljic Rotar		
<b>Suradnik na predmetu</b>			
<b>Obvezni ili izborni kolegij</b>	Obvezni		
<b>Godina</b>	<b>III.</b>	<b>Semestar</b>	V.
<b>Cilj i sadržaj predmeta i nastavnih jedinica</b>	<p>Cilj je kolegija osvijestiti važnost usmene i pismene kulture, jezika, izražavanja, verbalnog i neverbalnog načina odašiljanja poruka u specifičnom formaliziranom poslovnom okruženju.</p> <p>Kolegij omogućava stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja o komuniciranju u sustavima poslovnih organizacija i institucija. Na temelju stručne literature, studenti usvajaju znanja o dinamici i strukturi poslovnih usmenih i pisanih komunikacija, te komunikacija uz korištenje komunikacijske tehnologije. Upoznaju se sa simboličkim sustavima interpersonalnog verbalnog i neverbalnog izražavanja, pisanja poslovnih pisama, organizacijom sastanaka i timskog rada, vrstama i organizacijom prezentacije i javnog nastupa te korištenjem tehnoloških i medijskih pomagala u javnoj komunikaciji. Posebno se razvijaju znanja o važnosti masovnih medija u procesu poslovne komunikacije i o načinima poslovnog komuniciranja s medijima.</p> <p>Kolegij u praktičnom dijelu omogućava znaju o načinu kako se pišu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. C.V.</li> <li>2. Životopis</li> <li>3. Prijava za posao</li> <li>4. Motivacijsko pismo</li> </ol>		

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

<b>Kompetencije koje se stječu</b>	<p>Studenti stječu osnovne kompetencije za komuniciranje unutar sustava poslovnih odnosa na verbalnoj, neverbalnoj i pisanoj razini. Kolegij će ih potaknuti na razmišljanje o osobnom nastupu i izgledu, kako bi im se pomoglo da razumiju složenost uvjeta poslovnog svijeta za koji se pripremaju i u kojem, da bi bili uspješni, moraju imati mnoga znanja o interpersonalnoj i javnoj komunikaciji.</p> <p>Također stječu osnovno znanje o pisanju životopisa, pisma motivacije, prijave za radno mjesto I CV-a, te osnovna znanja o pisanju poslovnih pisama.</p>
<b>Obveze studenata:</b>	<p><b>Opće:</b> Studenti su dužni aktivno sudjelovati na ukupno 70 % predavanja i vježbi i redovito izvršavati zadatke za individualni i praktični rad .</p> <p><b>Posebne: Posebne: Samostalno istraživanje i pribavljanje primjera. Čitanje obavezne literature i literature po samostalnom izboru. Pisanje seminarskog rada o pročitanoj izabranoj literaturi (knjiga po izboru). Timski rad i suradnja.</b></p> <p><b>Izvanredni studenti nemaju obvezu dolazaka na nastavu , ali imaju obvezu ispunjavanja svih ostalih vidova izvođenja nastave prema opisu predmeta.</b></p>
<b>Obvezna literatura:</b>	<p>. <b>Škarić, Ivo</b> ( 1999 ) <i>Temeljci suvremenog govorništva</i>. Zagreb: Školska knjiga.</p> <p>.<b>Ožanić, Marijan</b> (2005) <i>Poslovna pisma ili kako napisati učinkovito poslovno pismo.</i> Zagreb: Tehnološki park.</p> <p><b>Pease, Allan</b> (2002) <i>Govor tijela</i>. Zagreb: AGM.</p> <p><b>Edurad Osredečki</b> (2006) <i>Poslovno komuniciranje &amp; poslovni bonton</i>. Zagreb</p> <p><b>Jean Lammiman i Michel Syrett</b> (2005) <i>Cool Generacija. Nova poslovna filozofija</i>. Zagreb: Ljevak. (Pogovor</p>
<b>Dopunska literatura:</b>	

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

	<p>1. <b>Gottesman, Deb i Buzz, Mauro</b> (2006) <i>Umijeće javnog nastupa. Osvojite govornicu koristeći se glumačkim vještinama.</i> Zagreb: Jesenski i Turk. .</p> <p>2. <b>Michael Kunczik</b> (2006) <i>Odnosi s javnošću. Koncepti i teorije.</i> Zagreb: FPZ.</p> <p>3. <b>Rouse, J. M. i Rouse, S.</b> (2005) <i>Poslovne komunikacije. Kulturološki i strateški pristup</i> Zagreb: Masmedia.</p>		
<b>ECTS bodovi</b>	3		
<b>Praćenje studenata</b>	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.		
	<i>Oblik rada</i>	<i>BODOVI</i>	<i>Oblik rada</i>
	<b>Pohadanje nastave</b>	<b>20</b>	Referat
	Eksperimentalni rad		<b>Seminarski rad</b>
	Esej		<b>Usmeni ispit</b>
	Kolikviji		Projekt
	<b>Pismeni ispit</b>	<b>20</b>	<b>Praktični rad</b>
	Istraživanje		<b>...Ostalo upisati</b>
<b>Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta</b>	Na ispitu, znanje će se provjeravati pismeno i usmeno, a tijekom nastave usvojena praktična znanja. Na pismenom ispitu studenti će dobiti test od 15 pitanja s kratkim odgovorima. Najmanje 8 točnih odgovora kvalificira ih za usmeni ispit. Na usmenom ispitu, studenti će pokazati koliko su ovladali usmenom kulturom izražavanja i neverbalne komunikacije. Prolaz na pismenom ispitu nije jamac prolaza na usmenom. Ako student ne položi usmeni dio ispita, mora ponovno pisati test.		
<b>Dodatna napomene</b>			

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	Preddiplomski studij Kulture i turizma

<b>nastavnika</b>	
-------------------	--