

Program Poslijediplomskog specijalističkog studija interkulturalne njemačko-hrvatske poslovne komunikacije

1. Uvod

- a) Jedan od ključnih zadataka suvremenog visokog obrazovanja jest anticipacija uvjeta na tržištu rada i usklađivanje s odgovarajućim znanjima, vještinama i kompetencijama. Stjecanje i kontinuirano usavršavanje znanja, vještina i kompetencija određeni su u EU kao jedan od kratkoročnih, ali isto tako i dugoročnih strateških prioriteta. U okviru hrvatskog visokoškolskog sustava, kao dijela europskog sustava, osobito u vremenu krize treba osigurati stjecanje novih znanja, vještina i kompetencija kao dijela cjeloživotnog obrazovanja radi boljih izgleda za zapošljavanje.

SR Njemačka, Republika Austrija i Švicarska ubrajaju se u najznačajnije gospodarske partnere Republike Hrvatske i to u području vanjske trgovine, izravnih ulaganja, turizma, financijsko-bankarske suradnje te tehničke i razvojne suradnje. Spomenute su zemlje također važni politički partneri (politički sustavi, zakonodavstvo i uprava).

Stoga se predlaže odgovarajući program na razini specijalističkog studija za razvoj znanja, vještina i kompetencija u njemačkoj poslovnoj komunikaciji u specifičnim područjima (gospodarstvo, financijsko-bankarski sektor, tehnički sektor, zakonodavstvo i uprava). Polaznici će završetkom studija postati stručnjaci za interkulturalnu njemačko-hrvatsku poslovnu komunikaciju, izuzetno važan segment poslovnog i upravnog života Republike Hrvatske, a time i konkurentniji na hrvatskom tržištu rada kako u javnom tako i u privatnom sektoru. Stečena znanja, kompetencije i vještine izjednačit će njihove izgleda i u konkuriranju na tržištu rada EU.

Program Poslijediplomskog specijalističkog studija njemačko-hrvatske poslovne komunikacije jest program stručnog usavršavanja u okviru cjeloživotnog učenja temeljen na suvremenim znanstvenim teorijama i disciplinama u primjeni, interdisciplinarnog usmjerenja; također uključuje praksu i iskustva stručnjaka iz područja od interesa. Temelji se na kontrastivnoj lingvistici (kontrastivna tekstologija), tekstnoj lingvistici (specifične tekstne vrste), govorništvu, psiholingvistici, sistemskoj lingvistici, lingvističkoj antropologiji, sociolingvistici, pragmalingvistici, diskurznoj analizi te kulturoznanstvu.

- b) Predlagatelji su sudjelovali u izradi i provedbi programa Poslijediplomskog doktorskog studija lingvistike te Hrvatske kulture na Filozofskom fakultetu Sveučilišta

u Zagrebu, Poslijediplomskog specijalističkog studija prevođenja na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, doktorskog studija kroatologije na Hrvatskim studijima te u realizaciji magistarskog studija lingvistike na Sveučilištu u Ljubljani.

- c) Advantage Austria, Austrijsko veleposlanstvo – Trgovinski odjel; Njemačko-hrvatska industrijska i trgovinska komora – AHK Kroatien
- d) Studij je otvoren horizontalnoj pokretljivosti polaznika za stjecanje ECTS bodova na usporedivim sveučilišnim i stručnim studijima. Studij je otvoren vertikalnoj pokretljivosti mogućnošću upisivanja kandidata s propisanim brojem ECTS bodova stečenima na studijima drugih znanstvenih područja te na stručnim studijima.

2. Opći dio

2.1. Poslijediplomski specijalistički studij interkulturalne njemačke-hrvatske poslovne komunikacije

2.2. Nositelj studija Sveučilište u Zagrebu, izvođač studija Filozofski fakultet

2.3. Humanističke znanosti, jezikoslovlje

2.4. Dva semestra

2.5. 300 ECTS bodova stečenih u prethodnom obrazovanju, sveučilišnom ili stručnom; znanje njemačkoga na razini C1

2.6. Završetkom studija polaznici stječu kompetencije, znanja i vještine na 7. razini Europskog kvalifikacijskog okvira za cjeloživotno učenje. Kod izlaznih kompetencija na toj razini radi se o vođenju i kreiranju složenih, nepredvidivih radnih konteksta i konteksta učenja u njemačko-hrvatskoj interkulturalnoj poslovnoj komunikaciji što zahtijevaju novi strateški pristup; preuzimanje odgovornosti za doprinose u stručnim znanjima i radnoj praksi te provjeru strateških dosega timskog rada. Polaznici će steći i visokospecijalizirano znanje, vezano uz najnovije spoznaje u određenom području rada ili učenja kao temelja inovativnosti. Polaznici će razviti kritičku svijest za pitanja iz specifičnih područja. Izlazne su vještine polaznika specijalizirane vještine u rješavanju problema specifičnog područja njemačko-hrvatske interkulturalne poslovne komunikacije, razvijanje novih znanja i postupaka u integriranju znanja iz različitih područja.

2.7. Specijalist/specijalistica njemačko-hrvatske poslovne komunikacije

Opis programa

I. Semestar

Obavezni kolegiji:

Interkulturalna poslovna komunikacija 14 sati pred. + 6 sati sem. 8 ECTS

Strukovni jezici 14 sati pred. + 4 sata sem. 7 ECTS

Izborni kolegij 15 sati pred./sem. 5 ECTS
(iz ponude se biraju tri kolegija)

30 ECTS

II. Semestar

Obavezni kolegij:

Retorika u poslovnoj komunikaciji 14 sati pred. + 6 sati sem. 8 ECTS

Izborni kolegij 15 sati pred./sem. 5 ECTS
(iz ponude se biraju tri kolegija)

Završni ispit 7 ECTS

30 ECTS

Ukupno 60 ECTS

Ukupno 148 sati nastave

Opisi kolegija

INTERKULTURALNA POSLOVNA KOMUNIKACIJA

Okvirni sadržaj predmeta

U kolegiju će se poredbeno problematizirati tradicionalni i suvremeni koncepti kulture i komunikacije iz perspektive kulturne antropologije, sociologije, etnologije, sistemske lingvistike, sociolingvistike i komunikologije. Fokusirat će se kulturne dimenzije kao što su individualizam / kolektivizam, maskulinitet / feminitet, univerzalizam / partikularizam, neutralnost / emocionalnost, indeks distance moći (usp. Hofstede /1991/ i Trompenaars und Hampden-Turner /1997/) te njihove implikacije na komunikaciju u gospodarstvu. U svezi s kulturnim dimenzijama razmatrat će se odnos između društvenoga i individualnoga identiteta kao kompleksne simboličke strukture što pojedincima i skupinama omogućuje pozicioniranje u društvenome univerzumu, pri čemu će se tematizirati i komparirati teorijske pozicije tradicionalnog esencijalizma i suvremenoga interakcionizma te konstrukcionizma.

Prezentirat će se i pragmalingvistički te sistemskolingvistički karakterizirati tipične domene i situacije gospodarske komunikacije (npr. prodaja, marketing, reklamacije, komunikacija s korisnicima usluga, pregovaranje, savjetovanje) s obzirom na parametre jednojezičnost / višejezičnost odnosno monokulturalnost / multikulturalnost. Posebna pozornost posvetit će se specifičnostima hrvatskoga i njemačkoga kulturnoga konteksta sudionika u gospodarskoj komunikaciji.

U opisanom teorijskom okviru sumarno će se i egzemplarno obraditi pojedini aspekti povijesnih i suvremenih njemačko-hrvatskih političkih, gospodarskih, prometnih, kulturnih i jezičnih veza, uz uzimanje u obzir raznih polja i oblika fizičke i simboličke interakcije među govornicima hrvatskoga i njemačkoga jezika, poglavito onih uvjetovanih gospodarskim kontekstom.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

1. Senzibiliziranje polaznika kolegija za interkulturalnu dimenziju gospodarske komunikacije između pojedinaca i gospodarskih subjekata s njemačkoga i hrvatskoga govornoga područja s obzirom na jezične, bihevioralne i običajne komunikacijske obrasce i

- stereotipe, a radi stjecanja primjerenih interkulturalnih kompetencija kao pretpostavke za optimalnu gospodarsku komunikaciju;
2. Stjecanje ključnih znanja o konceptima kulture, komunikacije, identiteta, kulturnih dimenzija i interkulturalne komunikacije općenito te specifično njezine gospodarske inačice;
 3. Dobivanje orijentacijskog i sumarnog uvida u dijakronijske i sinkronijske aspekte širokog spektra njemačko-hrvatskih veza s težištem na gospodarskim vezama.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Kolegij je koncipiran kao 14 sati predavanja i 6 sati seminara.

Od polaznika se očekuje aktivno sudjelovanje u nastavi te izrada prezentacije i pisanoga seminarskog rada na temelju teorijske literature i vlastitog istraživanja. Predviđen je i usmeni kolokvij na kraju semestra.

Popis literature potrebne za studij i polaganje ispita

Brünner, Gisella (2000): *Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlicher Formen*. Tübingen: Max Niemeyer.

Dahl, Stephan (2000): *Intercultural Skills for Business*. London: ECE.

Hampden-Turner, Charles / Fons Trompenaars, Fons (1997): *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. McGraw-Hill

Hofstede, Geert (1997): *Lokales Denken, globales Handeln – Kulturen, Zusammenarbeit und Management*. München: dtv.

Žepić, Stanko (2002): *Zur Geschichte der deutschen Sprache in Kroatien*. U: Zagreber germanistische Beiträge 11, str. 209-227.

Popis dopunske literature

Eschenbach, Jutta / Schewe, Theo (ur.) (2001): *Über Grenzen gehen: Kommunikation zwischen Kulturen und Unternehmen. Festschrift für Ingrid Neumann*. Halden: Høgskolen i Østfold.

Giddens, Anthony (1995): *Soziologie*. Graz: Nausner&Nausner.

Bodovna vrijednost

8 ECTS bodova što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika: nastavu, pripremu usmene prezentacije, izradu seminarskog rada, učenje i pripremu za usmeni kolokvij.

Način polaganja ispita

Završna ocjena obuhvaća sljedeće komponente: 1. redovito i aktivno sudjelovanje u nastavi, 2. usmena prezentacija, 3. seminarski rad, 4. usmeni kolokvij.

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe kolegija

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima.

STRUKOVNI JEZICI

Okvirni sadržaj predmeta

U okviru kolegija strukovni će se jezici obraditi na dijakronijskoj razini povijesnim pregledom specijalizacije unutar općeg jezika. Razradit će se sociolingvistički kriteriji za opis i tumačenje fenomena strukovnih jezika i uputiti na odgovarajuću terminologiju, s težištem na poslovnoj komunikaciji. S pragmalingvističkog stajališta odredit će se i sistematizirati specifične komunikacijske situacije u kojima se koriste strukovni jezici. Polazeći od specifičnih aspekata tekstne lingvistike opisat će se karakteristične strukture i paradigmatiska obilježja strukovnih jezika na nadrečeničnoj razini.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

1. Usvajanje specijaliziranih znanja i primjena najnovijih spoznaja u poslovnoj praksi
2. Razvijanje kritičke svijesti o obilježjima i primjeni strukovnih jezika
3. Razvijanje specijaliziranih kompetencija i vještina u rješavanju problema u komuniciranju strukovnim jezicima

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Kolegij se izvodi u kombinaciji 14 sati predavanja + 4 sata seminara. Polaznici aktivno sudjeluju u kolegiju, pišu seminarski rad i polažu usmeni kolokvij.

Popis obvezne literature

Bungarten, Theo (ur.) (1993): *Fachsprachentheorie*

Hoffmann, Lothar / Kalverkämper, Hartwig / Wiegand, Herbert E. (1998): *Fachsprachen – Languages for Special Purposes*

Roelcke, Thorsten (2005): *Fachsprachen*, 2. izdanje

Kalverkämper, Hartwig / Baumann, Klaus-Dieter (1996): *Fachliche Textsorten*

Schröder, Hartmut (ur.) (1993): *Fachtextpragmatik*

Popis dopunske literature

Adamzik, Kirsten (2004): *Textlinguistik - eine einführende Darstellung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag

Löffler, Heinrich (2010): *Germanistische Soziolinguistik*. 4. prerađeno izdanje, Berlin: Erich Schmidt Verlag

Bodovna vrijednost

7 ECTS bodova što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika: nastavu, izradu seminarskog rada, učenje i pripremu za usmeni kolokvij.

Način polaganja ispita

Završna ocjena obuhvaća sljedeće komponente: redovito i aktivno sudjelovanje u nastavi, seminarski rad, usmeni kolokvij.

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe kolegija

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima.

RETORIKA U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI

Okvirni sadržaj predmeta

Jedna od temeljnih pretpostavki za uspješan rad u području gospodarstva predstavlja sposobnost odgovarajuće i učinkovite komunikacije, a svladavanje govorničkih vještina čini znatan dio uspjeha u gospodarskom poslovanju. Budući da gospodarski rad podrazumijeva i nastup u javnosti, kroz posrednu i neposrednu komunikaciju, težište predmeta jest na poučavanju i razvijanju specifičnih govorničkih vještina, kako na verbalnoj, tako i na neverbalnoj razini. Na općoj teorijskoj razini težište će biti na prikazu temeljne strukture govora, argumentaciji i iznošenju dokaza, odabiru riječi i izraza, priprema govora, izrada manuskripta (Mind-Mapping), retoričke taktike, uloga i funkcija neverbalnih elemenata u govoru (mimika i gestika) te osnove uporabe vizualnih prezentacijskih medija (npr. Powerpoint) kao retoričko sredstvo. Na posebnoj, specifičnoj razini prezentirat će se retorika i njene vještine u gospodarskoj djelatnosti.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

1. Uvid i razumijevanje opće strukture govora kako na produktivnoj, tako i na analitičkoj razini
2. Razvijanje sposobnosti učinkovitog argumentiranja i uvjerljivosti u verbalnom nastupu
3. Svladavanje neverbalnog instrumentarija u govorništvu te razumijevanje njegove uloge u javnom nastupu
4. Razumijevanje i primjena specifičnih govorničkih tipova u području gospodarstva

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Kolegij je koncipiran kao 14 sati predavanja + 6 sati seminara.

Od polaznika se očekuje redovito i aktivno sudjelovanje u nastavi, izrada prezentacija i seminarskih radova.

Popis obvezne literature

Allhoff, Dieter W. / Allhoff, Waltraud (2010): *Rhetorik & Kommunikation: Ein Lehr- und Übungsbuch*. Reinhardt

Winkler, Maud / Commichau, Anka (2005): *Reden: Handbuch der kommunikationspsychologischen Rhetorik*. Rowohlt

Ueding, Gert / Steinbrink, Bernd (1994): *Grundriss der Rhetorik: Geschichte, Technik, Methode*. Metzler

Duden: *Reden gut und richtig halten!* (2004). Dudenverlag

Popis dopunske literature

Beck, Gloria (2006): *Rhetorik für die Uni*. Eichborn

Bodovna vrijednost

8 ECTS bodova što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika: nastavu, izradu prezentacija i seminarskog rada, učenje i pripremu za pismeni ispit.

Način polaganja ispita

Pismeni ispit

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe kolegija

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

IZA RIJEČI

Okvirni sadržaj predmeta

Polaznici ovog kolegija upoznat će skrivene aspekte komunikacije u kojima ljudi kažu o sebi mnogo više nego što misle. Drugo težište kolegija jest slanje prikrivenih poruka putem metafora, u svakodnevnom životu i osobito u politici. Treće težište stavljeno je na neverbalnu komunikaciju. Polaznici će analizirati vlastite iskaze te novinske tekstove na njemačkom i hrvatskom, a za analizu neverbalne komunikacije poslužit će video zapisi.

Teme obuhvaćaju:

- a) Tajni život zamjenica - Spol, dob
- b) Tajni život zamjenica - Emocije, osobnost
- c) Tajni život zamjenica - Status, laž, identificiranje s grupom
- d) Oblik našeg svijeta – metafore
- e) Kako drugi oblikuju naš svijet – metafore u politici
- f) Jezik bez riječi

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Očekuje se da će studenti na ovom kolegiju naučiti kako iščitavati poruke koje nesvjesno odašiljemo oblikom svojih usmenih iskaza i pisanih tekstova. Također će biti sposobni razlučiti površinski sadržaj poruka koje primaju od njihovog dubljeg, stvarnog značenja. Svrha ovih vještina je uspješnije dekodiranje poruka koje primamo i bolje oblikovanje (učinkovitost) poruka koje odašiljemo.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Radionički tip nastave – najprije uvod „laičkim“ pokušajem rješavanja nekog problema, zatim mikropredavanje u trajanju od 10 do najviše 15 minuta, a na kraju analize provedene na bazi novostečenog znanja. Primjenjivat će se tehnike i metode aktivnog učenja.

Popis obvezne literature

Pennebaker, J. (2011): *The secret life of pronouns: What our words say about us*. New York: Bloomsbury Press

Johnson, M./ Lakoff, G. (2008): *Leben in Metaphern: Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern*. Carl-Auer Verlag.

Lakoff, G. / Wehling, E. (2009): *Auf leisen Sohlen ins Gehirn: Politische Sprache und ihre heimliche Macht*. Carl-Auer Verlag.

Navarro, J. (2010): *Menschen lesen: Ein FBI-Agent erklärt, wie man Körpersprache entschlüsselt*. München: FinanzBuch Verlag.

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu ulozenom u ukupne aktivnosti polaznika u pripremi za nastavu i rješavanje zadataka

Način polaganja ispita

Rješavanje praktičnih zadataka u ulozi primatelja i odašiljatelja poruka

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

KONTRASTIVNA ANALIZA TEKSTOVA U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI

Okvirni sadržaj predmeta

Ovaj bi izborni kolegij polaznicima približio različite vrste tekstova s kojima se svakodnevno susreću u poslu. Naglasak bi bio na kontrastivnoj analizi njemačkih i hrvatskih tekstova i materijala s osvrtom na engleske. Osim analize već postojećih tekstova, polaznici bi u sklopu kolegija kreirali vlastite tekstove primjenjujući stečena znanja i spoznaje.

Tekstovi bi primjerice uključivali: poslovno i financijsko izvješće (uz tumačenja i komentare grafika i statističkih podataka te gospodarske analize), tehničku dokumentaciju, pravne tekstove, e-maile, prezentacije, oglase za zapošljavanje (uz molbu, životopis), itd. Odabir tekstova ovisio bi o profilu polaznika.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Polaznici bi stekli uvid u strukturu i sadržaj obrađivanih tekstova te u sličnosti i razlike između njemačkih, hrvatskih i engleskih tekstova. Osim toga, polaznici bi razvijali kompetencije samostalne interpretacije postojećih i oblikovanja i prezentacije vlastitih tekstova, te vještinu njihove praktične primjene u poslovnom svijetu. Na taj bi način polaznici usavršavali poslovnu komunikaciju i na njemačkome i na hrvatskome jeziku.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Grupni rad, diskusija, referat/prezentacija

Popis obvezne literature

Bračić, Stojan / Fix, Ulla / Greul, Albrecht (2007): *Textgrammatik-Textsemantik-Textstilistik*.

Ljubljana: Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani. Oddelek za germanistiko z nederlandistiko in skandinavistiko

Brünner, Gisela (2000): *Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen*. Tübingen: Gunter Narr

Moss, Christoph (2009): *Die Sprache der Wirtschaft*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Prachner, Doris / Schmatzer, Hannes (1993): *Englische und deutsche Wirtschaftstexte im Vergleich: Übersetzung, Analyse, Bearbeitung*. Wien: Service Fachverlag

Popis dopunske literature

Deutsches Universalwörterbuch (2006). Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag

Rodek, Snježana / Kosanović, Jasenka (2004): *Njemačko-hrvatski poslovni rječnik*. Zagreb: Masmedia

Rodek, Snježana (2009): *Hrvatsko-njemački poslovni rječnik*. Zagreb: Masmedia

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu utrošenom za pripremu praćenja nastave i izradu grupnih radova te pripremu diskusija, referata i prezentacija

Način polaganja ispita

Pismeni – kontrastivna analiza tekstne vrste po izboru.

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe programa

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

Okvirni sadržaj predmeta

U ovome će se kolegiju predstaviti vodeći njemački financijski i gospodarski časopisi, njihova uređivačka politika, profil čitateljstva i mogućnosti besplatnoga pristupa njihovim sadržajima na internetu. Riječ je o mrežnim izdanjima časopisa Handelsblatt, Financial Times Deutschland, Börse Online, Wallstreet Online (njemačko izdanje), Franfurter Allgemeine i Welt Online. Dat će se pregled osnovnih gramatičkih kategorija i osobitosti njemačkoga jezika kako bi se u kasnijem radu s izvornim tekstovima ta znanja mogla primijeniti na bolje razumijevanje jezika struke, odnosno specifičnoga diskursa tekstova iz spomenutih glasila. Jezična analiza tekstova provodit će se dakle isključivo u svrhu prepoznavanja i kasnije uporabe kompleksnijih rečeničnih i frazeoloških struktura. Polaznici kolegija će, u svrhu boljšega razumijevanja teksta, pisati sažetke i kritičke osvrtne, ali i prepričavati pročitano te tako unaprjeđivati i svoju pismenu i usmenu uporabu njemačkoga jezika.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Komunikacija na njemačkom jeziku. Razumijevanje stručnoga teksta i reprodukcija sadržaja. Kompetencija uporabe suvremenih medija u svrhu prikupljanja informacija. Polaznici ovoga kolegija upoznat će se s mogućnostima snalaženja u internetskim izdanjima renomiranih njemačkih gospodarskih glasila i njihove uporabe kao izvora informacija. Analitičkim pristupom jezičnim osobitostima autentičnih pismenih tekstova iz područja gospodarstva radi se istodobno na sposobnosti receptivne i produktivne obrade jezično složenih i stručno zahtjevnih informacija, na sposobnosti prepoznavanja i uporabe stručne terminologije i kompleksnijih leksikaliziranih struktura.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Na satovima će se vježbati morfološka i sintaktička analiza autentičnih tekstova. Provodit će se i vježbe razumijevanja teksta: pisanje sažetaka i kritičkih osvrtne te prepričavanje. Osim frontalnog oblika rada i diskusija predviđeno je i utvrđivanje i produblјivanje poznavanja stručne terminologije. Predviđen je i pismeni kolokvij i usmena provjera znanja.

Popis obvezne literature

Izabrani tekstovi iz internetskih izdanja sljedećih časopisa (pristup moguć bez registracije korisnika):

Handelsblatt (www.handelsblatt.com)

Financial Times Deutschland (www.ftd.de)

Börse Online (www.boerse-online.de)

Wallstreet Online (www.wallstreet-online.de)

Franfurter Allgemeine (www.FAZfinance.net)

Welt Online (www.welt.de/wirtschaft)

Helbig, Gerhard / Buscha, Joachim (2000): *Leitfaden der deutschen Grammatik*. Berlin etc.:Langenscheidt (ODABRANA POGLAVLJA).

Popis dopunske literature

Medle Semec, Erika (2008): *Wirtschaftsdeutsch*. Ljubljana: Zavod IRC. Pristup na internetskoj adresi:

http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Poslovni_tuji_jezik-Wirtschaftsdeutsch-Semec_Mozic_Oslak.pdf.

Deutsches Universalwörterbuch (2011). Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu potrebnom za pripremu praćenja predavanja, pripremu za pismeni kolokvij i usmenu provjeru znanja

Način polaganja ispita

Pismeni kolokvij i usmena provjera znanja. Završna ocjena obuhvaća sljedeće komponente: 1. redovito i aktivno sudjelovanje u nastavi, 2. pismeni kolokvij, 3. usmena provjera znanja (razumijevanje teksta, reprodukcija sadržaja).

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

KONTRASTIVNA TEKSTOLOGIJA – OPĆI AKTI TRGOVAČKIH DRUŠTAVA

Okvirni sadržaj predmeta

U kolegiju će se kontrastivnom metodom usporediti njemački i hrvatski opći akti trgovačkih društava (poslovnik, pravilnik, statut, društveni ugovor, punomoć, zapisnik). Uz pregled strukturnih, gramatičkih i terminoloških obilježja ove tekstne vrste kao visoko standardiziranog oblika teksta na kolegiju će se tematizirati i kulturološke funkcije određenih tekstnih kategorija te kulturološki uvjetovane specifičnosti u recepciji ovih tekstnih vrsta. Rad će se odvijati na autentičnim i paradigmatskim primjerima tekstova, što će omogućiti uvide u specifičnosti u formuliranju i oblikovanju teksta na hrvatskom i na njemačkom jeziku, ukazivat će se na sličnosti i različitosti na svim razinama teksta – počevši od grafičkog oblikovanja, morfoloških, sintaktičkih i terminoloških obilježja do interpretacije kulturoloških osobitosti karakterističnih za ove tekstne vrste na njemačkom i hrvatskom jeziku.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Cilj kolegija je razvijanje ključnih kompetencija komunikacije na stranom i materinskom jeziku, razvijanje kompetencije učenja te razvijanje kulturne osviještenosti i interkulturalne kompetencije.

Specifične kompetencije koje bi studenti trebali steći su znanja na području strukovnog nazivlja, frazeologije i sintaktičkih struktura specifičnih za opće akte trgovačkih društava kako na njemačkom tako i na hrvatskom jeziku. Uspješno savladavanje predviđenih sadržaja trebalo bi uz to osposobiti studente da razviju vještinu brzog i primjerenog razumijevanja pročitano teksta (receptivnu kompetenciju), da budu osposobljeni da sami na osnovu predloška sastave predmetnu vrstu teksta, bilo na njemačkom ili na hrvatskom jeziku (produktivna kompetencija), da razviju vještinu primjerenog prevođenja na osnovu predloška (prevodilačka kompetencija) u okviru obrađenih tekstnih vrsta te da stečene vještine mogu prenijeti i na druge vrste visoko standardiziranih strukovnih tekstova.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Kolegij će se održavati u obliku seminara. Rad u seminaru podrazumijeva kontinuirano aktivno sudjelovanje studenata u nastavi koje se sastoji od redovite pripreme unaprijed dogovorenih tekstova, diskusije u plenumu, grupnog rada te rada u paru. Predviđa se da svaki

sudionik seminara tijekom semestra održi jedan usmeni referat te izradi portfolio s najmanje tri obrađena tekstna primjera kao uvjet za pristupanje završnom kolokviju.

Popis obvezne literature

Mitrović, Marijan / Stankus-Tkalec, Jelena (2008): *Opći akti trgovačkih društava*. Varaždin

Vrljić, Darko (2011): *Akti trgovačkih društava: praktični primjeri*. Zagreb: Vizura

Popis dopunske literature

Adamzik, Kirsten (2001): *Kontrastive Textologie*. Tübingen: Stauffenburg

Baumann, Klaus-Dieter / Kalverkämper, Hartmut (ur.) (1992): *Kontrastive Fachsprachenforschung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag

Fix, Ulla / Habscheid, Stephan / Klein, Josef (ur.) (2001): *Zur Kulturspezifität von Textsorten*. Tübingen: Stauffenburg

Gläser, Rosemarie (1990): *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag

Knobloch, C. (1998): *Grundlegende Begriffe und zentrale Fragestellungen zur Textlinguistik, dargestellt mit Bezug auf Fachtexte*. U: Hoffmann, L. /

Kalverkämper, H. / Wiegand, H. E. (ur.): *Fachsprachen Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. 1. Teilbd. Berlin / New York: de Gruyter. str. 443 - 456

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika, za pripremu praćenja nastave, izradu osobnog portfolija te pripremu usmenog kolokvija

Način polaganja ispita

Usmeni kolokvij koji se temelji na obrazloženju postupaka i odluka pri izradi osobnog portfolija.

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe programa

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

VJEŠTINA KOMUNICIRANJA NA SASTANCIMA

Okvirni sadržaj predmeta

Kolegij će pružiti uvid u pripremu sastanaka, njihovo vođenje te sudjelovanje na njima. Velika će se važnost pridati uvježbavanju nekih tzv. mekih vještina (izražavanje kritike, vlastitih stajališta, empatije). U sklopu pismene produkcije radit će se na pravilima pisanja dnevnog reda i zapisnika. Proširivat će se potrebni leksički i gramatički sadržaji. Analizirat će se, uspoređivati te simulirati autentične situacije vezane uz sastanke.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Studenti će se osposobiti za samostalno snalaženje u određenim komunikacijskim situacijama na njemačkom jeziku te dobiti podlogu za cjeloživotno usavršavanje. Osvijestit će i poboljšati svoje verbalno i neverbalno ponašanje na sastancima koji se održavaju na njemačkom jeziku. Uz razvijanje fleksibilnosti i sposobnosti vođenja, proširit će leksik te usvojiti jezične strukture specifične za sastanke na njemačkom jeziku.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Pojedinačni, grupni rad, rad u paru i frontalna nastava

Popis obvezne literature

Bischof, Anita/ Bischof, Klaus (2010): *Besprechungen – effektiv und effizient*. Freiburg im Breisgau: Haufe-Lexware

Eismann, Volker (2006): *Erfolgreich in Besprechungen – Training berufliche Kommunikation*. Berlin: Cornelsen Verlag

Schiffer, Penny/von der Linde, Boris (2002): *Mit Soft Skills mehr erreichen*. München: mvg-Verlag

Popis dopunske literature

Buscha, Anne / Linthaut, Gisela (2011): *Geschäftskommunikation – Verhandlungssprache*. Ismaning: Hueber Verlag

Deutsches Universalwörterbuch (2006). Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag.

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika, pripremu praćenja nastave te pripremu za usmenu i pismenu provjeru svladavanja zadane komunikacijske vještine

Način polaganja ispita

Usmena i pismena provjera zadane komunikacijske vještine

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe programa

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

VJEŠTINA PISANJA PREZENTACIJA I GOVORA

Okvirni sadržaj predmeta

Kolegij će pružiti uvid u pisanu pripremu prezentacija i govora. Uvježbavat će se grafička rješenja pisanog oblika prezentacija. Naglasak će biti na jezičnoj kvaliteti. Proširivat će se potrebni leksički i gramatički sadržaji.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Studenti će se osposobiti za samostalno snalaženje u određenim komunikacijskim situacijama na njemačkom jeziku te dobiti podlogu za cjeloživotno usavršavanje. Ovladat će vještinom pisanja teksta prezentacije, uručka i govora s različitih tematskih područja na njemačkom jeziku. Naučit će raščlanjivati i sažimati složene sadržaje iz poslovne prakse njemačkoga govornog područja.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Pojedinačni, grupni rad, rad u paru i frontalna nastava

Popis obvezne literature

Duden: *Reden halten – leicht gemacht* (2007). Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag

Eismann, Volker (2006): *Erfolgreich bei Präsentationen – Training berufliche Kommunikation*. Berlin: Cornelsen Verlag

Stelzer-Rothe, Thomas (2008): *Vorträge halten – persönliche Vorbereitung*. Berlin: Cornelsen Verlag

Popis dopunske literature

Deutsches Universalwörterbuch (2006). Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag

Reynolds, Garr (2008): *Zen oder die Kunst der Präsentation*. München: Addison-Wesley Verlag

Schiffer, Penny/von der Linde, Boris (2002): *Mit Soft Skills mehr erreichen*. München: mvg-Verlag

Wittenzellner, Christine (2001): *Präsentieren*. München: Gräfe und Unzer Verlag.

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika, za pripremu praćenja nastave i pripremu za pismenu provjeru zadane komunikacijske vještine

Način polaganja ispita

Pismena provjera zadane komunikacijske vještine

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe programa

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

VJEŠTINA PREGOVARANJA

Okvirni sadržaj predmeta

Kolegij će se baviti vještinom pregovaranja. Uvježbavat će se priprema pregovora, sudjelovanje na pregovorima te njihovo vođenje. U sklopu pisane produkcije naglasak će biti na vođenju bilješki. Posebna će se pozornost usmjeriti na uvježbavanje nekih tzv. mekih vještina (uljudnost, kreativnost u izražavanju, argumentiranje vlastitog mišljenja). Analizirat će se, uspoređivati te simulirati autentične situacije usmene i pismene komunikacije. Pritom će se utvrđivati potrebni leksički i gramatički sadržaji.

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija (znanja i vještina)

Studenti će se osposobiti za samostalno snalaženje u određenim komunikacijskim situacijama na njemačkom jeziku te dobiti podlogu za cjeloživotno usavršavanje. Moći će osvijestiti te usavršiti verbalno i neverbalno ponašanja na pregovorima, i u ulozi sudionika i u ulozi voditelja. Svladat će pravila vođenja bilješki. Proširit će leksik i gramatičko znanje.

Oblici provođenja nastave, način sudjelovanja polaznika u provedbi predmeta i način provjere znanja

Pojedinačni, grupni rad, rad u paru i frontalna nastava

Popis obvezne literature

Eismann, Volker (2006): *Erfolgreich in Verhandlungen – Training berufliche Kommunikation*. Berlin: Cornelsen Verlag

Janka, Franz (2000): *Verhandlungsstrategien*. Niedernhausen: Falken-Verlag

Popis dopunske literature

Deutsches Universalwörterbuch (2006). Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag

Schiffer, Penny/von der Linde, Boris (2002): *Mit Soft Skills mehr erreichen*. München: mvg-Verlag

Bodovna vrijednost

5 ECTS što odgovara vremenu uloženom u ukupne aktivnosti polaznika, pripremi za praćenje nastave, pripremi za usmenu i pismenu provjeru zadane komunikacijske vještine

Način polaganja ispita

Usmena i pismena provjera zadane komunikacijske vještine

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe programa

Studentska anketa s kvantitativnim i kvalitativnim parametrima

3.3. Studij predstavlja kombinaciju obaveznih kolegija kojima su obuhvaćena temeljna znanja, vještine i kompetencije ključna za specijaliste interkulturalne poslovne komunikacije i izbornih kolegija koje studenti/ce biraju prema svojim interesima i potrebama. Predložena lista izbornih kolegija dopunjavat će se novim sadržajima sukladno specifičnim potrebama polaznika te doprinosima i razvoju odgovarajućih teorija.

Uvjeti za upis u II. semestar Poslijediplomskog specijalističkog studija interkulturalne njemačko-hrvatske poslovne komunikacije jesu: položen kolegij Interkulturalna poslovna komunikacija i dva izborna kolegija (ukupno 18 ECTS).

3.4. U dogovoru s voditeljem studija mogu se umjesto 2 izborna kolegija iz ponude studija izabrati dva kolegija s drugih specijalističkih ili doktorskih studija.

3.5. Kolegiji izabrani s drugih studija moraju nositi najmanje po 5 ECTS.

3.6. Svi navedeni obavezni i izborni kolegiji izvode se na njemačkom, uz iznimku obaveznih seminara koji se izvode na hrvatskom.

3.7. Studenti koji su prekinuli studij moći će nastaviti studij uz propisivanje uvjeta u zavisnosti od odslušanih kolegija i stečenih ECTS.

3.8. Polaznik stječe pravo na potvrdu o apsolviranom dijelu studijskog programa kao dijelu cjeloživotnog obrazovanja nakon što je odslušao oba studijska semestra.

3.9. Studij završava polaganjem završnog komisijskog ispita.

3.10. Maksimalna duljina razdoblja od početka do završetka studija iznosi jednu i pol godinu.

4. Uvjeti izvođenja studija

4.1. Studijski će se program izvoditi na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

4.2. Nastava će se odvijati u dvije predavaonice Odsjeka za germanistiku te seminarским sobama (veća predavaonica je predviđena za 35 studenata, manja za 15, a seminarske sobe za grupe od 5 do 10 studenata), a koristit će se nastavna sredstva kojima su predavaonice opremljene.

4.3. Interkulturalna poslovna komunikacija, prof. dr. Velimir Piškorec, suradnik mag. spec. Marko Šarić; Strukovni jezici, prof. dr. Zrinjka Glovacki-Bernardi, suradnik mag. spec. Marko Šarić; Retorika u poslovnoj komunikaciji, doc. dr. Slađan Turković, dr. sc. Franjo Janeš, viši asistent; Iza riječi, doc. dr. Maja Anđel; Kontrastivna analiza tekstova u poslovnoj komunikaciji, dr. sc. Aleksandra Ščukanec, viši asistent; Njemačka poslovna glasila – primijenjena gramatika, dr. sc. Kristian Novak, viši asistent; Kontrastivna tekstologija – opći

akti trgovačkih društava, Snježana Rodek, viši lektor; Vještina komuniciranja na sastancima, Tamara Crnko Gmaz, Inja Skender Libhard, Sonja Strmečki Marković, više lektorice; Vještina pisanja prezentacija i govora, Tamara Crnko Gmaz, Inja Skender Libhard, Sonja Strmečki Marković, više lektorice; Vještina pregovaranja, Tamara Crnko Gmaz, Inja Skender Libhard, Sonja Strmečki Marković, više lektorice.