

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet: Komunikologija v turizmu
Course title: Communication science and tourism

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Management turističnih podjetij, dodiplomski visokošolski strokovni	/	2	2
Tourism Enterprise Management Undergraduate professional study programme, 1st level	/	2	2

Vrsta predmeta / Course type

obvezni / mandatory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Sem. vaje Tutorial	Lab. vaje Laboratory work	Teren. vaje Field work	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	/	15	/	/	45	3

Nosilec predmeta / Lecturer:

izr. prof. dr. Aleksandra Brezovec

Jeziki /**Languages:****Predavanja /****Lectures:**

slovenski / Slovene

Vaje / Tutorial:

slovenski / Slovene

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

80% prisotnost na vajah

Prerequisites:

80% attendance on tutorial work.

Vsebina:*Temelji komunikologije v turizmu*

- družbeni pomen in proces komuniciranja
- komunikacija kot interakcija v turizmu
- informacija kot jedro komunikacijskega procesa
- komuniciranje kot dvosmerni odnos
- kode, znaki in simboli
- medkulturno komuniciranje

Medosebno komuniciranje v turizmu

- ravni medosebnega komuniciranja v turizmu
- psihologija medosebnega komuniciranja
- slog menedžerskega komuniciranja z zaposlenimi
- komuniciranje pri odločanju v majhni skupini
- veščine poslovnega pogajanja

Neosebno komuniciranje v turizmu

- oblike in pravila pisnega poslovnega komuniciranja
- sodobna poslovna komunikacija in elektronski mediji

Nadosebno komuniciranje v turizmu

- nastopanje v javnosti in prezentiranje

Content (Syllabus outline):

Basic theories of communication science and tourism

- Social meaning and role of communication process
- Communication as interaction in tourism
- Information as key element of communication process
- Codes, signs and symbols
- Communication as two way process
- Intercultural communication in tourism

Interpersonal communication

- Level of interpersonal communication
- Psychology of interpersonal communication
- Management and leadership style of communication
- Communication in small decision making groups
- Business negotiation skills

Written business communication

Public and media communication

Temeljni literatura in viri / Readings:

Osnovna:

- Fiske, John (2005): Uvod v komunikacijske študije. Ljubljana: FDV. (izbrana poglavja)

Dopolnilna:

Ule, Mirjana (2009): Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (izbrana poglavja)

Giordana, Francesco (2004): La comunicazione del turismo. Milano: Franco Angeli

Van der Wagen, Lynn (1997). Communication in Tourism and Hospitality. Sydney: Hospitality Press.

Fitzgerald, Helen (1998). Cross-Cultural Communication for the Tourism and Hospitality Industry. Melbourne: Hospitality Press.

Brajša P. (1994): Managerska komunikologija. Gospodarski vestnik.

Cilji in kompetence:

Namen in cilji predmeta:

Študent-ka pridobi znanja o procesih, oblikah in veščinah komuniciranja za potrebe upravljanja in vodenja turističnih organizacij ali projektov. Študent se seznanja s teorijami, zakonitostmi in oblikami komuniciranja ter izpopolni v medosebnih, neosebnih in nadosebnih komunikacijskih veščinah.

Kompetence, ki jih razvija predmet:

- Razvije komunikacijskih spretnosti in sposobnosti navezovanja stikov.
- Razvije sposobnosti pisnega in ustnega komuniciranja v slovenskem jeziku s svojimi naslovniki.
- Razvije spretnosti komuniciranja z množičnimi mediji.

Objectives and competences:

Objectives:

Students will understand the meaning and the role of communication process, forms and skills.

Students will learn about theories in communication science and about various forms of communication skills.

Competences:

Ability to clearly communicate with professionals and customers in tourism

Possess effective written and oral communication skills

Possess effective public speaking and media skills

Predvideni študijski rezultati:

a. Znanje in razumevanje:

- Študent/-ka pozna komunikacijske procese in osvoji komunikacijske kompetence
 - Razume koncept konstrukcije realnosti.
- Pozna in upošteva ključne dejavnike, potrebne za oblikovanje besedil, s katerimi nagovarja naslovnike in množične medije.

b. Uporaba:

- Sposobnost učinkovito ustno in pisno komunicirati z različnimi javnostmi
- Obvlada bralne in pisne veščine za tvorjenje turističnih besedil.

c. Refleksija:

Študent-ka je sposobna kritično ovrednotiti konstrukcije realnosti, v katerih se nahaja in jih sama sooblikuje. Zna reflektirati komunikacijske procese.

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

Students understand communication processes and communication competences,

Students understand the media construction of reality,

Students know how to create messages and releases for various audiences and media in tourism,

Use:

Students possess effective written and oral communication skills

Students possess effective reading and written skills for analysing and creating tourism texts

Reflection:

Students are able to critically evaluate as well as construct the reality through mass and new media.

Students have ability to reflect clearly the communication process.

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Načini dela pri predmetu:
 Predavanja, diskusije, interaktivne vaje, seminarско delo, gostovanje strokovnjakov iz prakse, študiji primerov, e-učilnica.
 Delo v realnem okolju.

Lectures, discussions, interactive tutorials, seminar team work, visiting lecture of expert on communication field, case studies, e-learning
 Work in a real environment.

Načini ocenjevanja:		Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
Obveznosti študentov:			Type (examination, oral, coursework, project):
Ustni nastop.	10%		- personal presentation
Pisne naloge.	10%		- various texts
Aktivna sodelovanje pri predavanjih in seminarjih	30%		- coursework
Ustni izpit.	50%		- oral examination

Reference nosilca / Lecturer's references:

Izr.prof. dr. Aleksandra Brezovec:

1. BREZOVEC, Aleksandra. Soustvarjalno tržno komuniciranje v turizmu, interakcijski pogled. V: NEMEC RUDEŽ, Helena (ur.). *Soustvarjanje v turizmu*. Koper: Založba Univerze na Primorskem, 2015, str. 19-31. <http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6963-58-9/mobile/index.html#p=12>. [COBISS.SI-ID 1538177988]
2. BREZOVEC, Aleksandra. Turizem kot medkulturni dialog, od poudarjanja identitet k sporazumevanju. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MIKOLIČ, Vesna (ur.). *Turizem kot medkulturni dialog*. Portorož: Fakulteta za turistične študije - Turistica, 2010, str. 5-8.
3. BREZOVEC, Aleksandra. Turizem kot komuniciranje. V: BERNIK, Ivan (ur.). *Tri desetletja spreminjanja slovenske družbe : zbornik povzetkov*. Ljubljana: Slovensko sociološko društvo, 2011, str. 27-28.
4. RAVNIKAR, Darko, BREZOVEC, Aleksandra, GOMEZELJ OMERZEL, Doris. Preverjanje všečnosti in sporočilnosti logotipa turistične destinacije = Evaluating the communication function of the tourism destination logo. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.-21. oktober 2011, Portorož : zbornik povzetkov referatov = book of abstracts*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 187.
5. BREZOVEC, Aleksandra (ur.). *Turizem in medkulturni dialog : zbornik povzetkov : strokovni posvet, [Portorož, 28. november 2008]*. Portorož: Fakulteta za turistične študije - Turistica, 2008. 28 str. ISBN 978-961-6469-35-7.