

KLASA: 007-01/23-03/02
URBROJ: 2170-137-01-23-226
Rijeka, 20. lipnja 2023.

Na temelju članka 34. točke 17. Statuta Sveučilišta u Rijeci (KLASA: 030-01/23-01/05, URBROJ: 2170-137-01-23-1 od 21. ožujka 2023. godine), a u skladu s odlukama Fakultetskog vijeća Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu: (KLASA: 602-04/23-01/76, URBROJ: 2156-18-23-05-01 od 31. svibnja 2023. godine), (KLASA: 602-04/23-01/77, URBROJ: 2156-18-23-05-01 od 31. svibnja 2023. godine) i (KLASA: 602-04/23-01/78, URBROJ: 2156-18-23-05-01 od 31. svibnja 2023. godine) te Zaključkom Povjerenstva za akreditaciju i vrednovanje studijskih programa (KLASA: 007-01/23-01/02, URBROJ: 2170-137-03-23-36 od 9. lipnja 2023. godine), Senat Sveučilišta u Rijeci na svojoj 83. sjednici održanoj dana 20. lipnja 2023. godine donosi sljedeću

ODLUKU

o potvrdi izmjena i dopuna studijskih programa

**Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci:
sveučilišnog diplomskog studija *Marketing u turizmu*, sveučilišnog diplomskog studija
Menadžment u turizmu i sveučilišnog diplomskog studija *Menadžment u hotelijerstvu***

I.

Potvrđuju se odluke Fakultetskog vijeća Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci: Odluka o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija *Marketing u turizmu* (KLASA: 602-04/23-01/76, URBROJ: 2156-18-23-05-01 od 31. svibnja 2023. godine), Odluka o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija *Menadžment u turizmu* (KLASA: 602-04/23-01/77, URBROJ: 2156-18-23-05-01 od 31. svibnja 2023. godine) i Odluka o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija *Menadžment u hotelijerstvu* (KLASA: 602-04/23-01/78, URBROJ: 2156-18-23-05-01 od 31. svibnja 2023. godine).

II.

Izmjene i dopune studijskih programa iz točke I. ove Odluke primjenjuju se od akademske godine 2023./2024.

III.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.



REKTORICA
prof. dr. sc. Snježana Prijić-Samaržija

DOSTAVITI:

1. Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,
2. Ministarstvu znanosti i obrazovanja,
3. Agenciji za znanost i visoko obrazovanje,
4. Povjerenstvu za akreditaciju i vrednovanje studijskih programa,
5. Centru za studije i cjeloživotno obrazovanje,
6. Pismohrani, ovdje.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA

FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

KLASA: 602-04/23-01/76

URBROJ: 2156-18-23-05-01

Opatija, 31. svibnja 2023.

Na temelju članka 9. stavka 1. Statuta Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu od 17. travnja 2023. godine, Fakultetsko vijeće Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na 49. sjednici održanoj dana 31. svibnja 2023. godine, donosi

ODLUKU

o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija

MARKETING U TURIZMU

koje se prijavljuju Povjerenstvu za akreditaciju i vrednovanje studijskih programa Sveučilišta u Rijeci i Senatu

I.

Izmjene i dopune koje se ne iskazuju postotnom vrijednošću (ne ubrajaju se u postotak izmjene ECTS bodova studijskog programa)

1. Uvođenje novoga ili ukidanje postojećeg izbornog predmeta -

R.br.	Predmet	Nositelj	Godina studija	ECTS	Uvođenje novog / Uklanjanje postojećeg
1.	Društvene mreže i influencer marketing (predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	I.	3	Uvođenje

II.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

Dekanica

**SANDRA
JANKOVIĆ**

prof. dr. sc. Sandra Janković

Digitally signed by
SANDRA JANKOVIĆ
Date: 2023.05.31
12:43:34 +02'00'



OBRAZAC ZA IZMJENE I DOPUNE STUDIJSKIH PROGRAMA

Opće informacije	
Naziv studijskog programa	Sveučilišni diplomski studij Marketing u turizmu
Nositelj studijskog programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Izvoditelj studijskog programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Tip studijskog programa	Sveučilišni studij
Razina studijskog programa	Diplomski studij
Akademski/stručni naziv koji se stječe završetkom studija	Sveučilišni magistar/magistra ekonomije (univ. mag. oec)
Naziv i šifra standarda kvalifikacije koja se stječe završetkom studija (ako je program upisan u Registar HKO-a)	

1. Vrsta izmjena i dopuna

1.1. Vrsta izmjena i dopuna koje se predlažu

B) Izmjene i dopune koje se ne iskazuju postotnom vrijednošću (ne ubrajaju se u postotak izmjene ECTS bodova studijskog programa)

1. Uvođenje novoga ili ukidanje postojećeg izbornog predmeta

R.br.	Predmet	Nositelj	Godina studija	ECTS	Uvođenje novog / Ukidanje postojećeg
1.	Društvene mreže i influencer marketing - predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	I.	3	Uvođenje

1.2. Postotak ECTS bodova koji se mijenjaju predloženim izmjenama i dopunama



0%

1.3. Postotak ECTS bodova koji je izmijenjen tijekom ranijih postupka izmjena i dopuna u odnosu na izvorno akreditirani studijski program

Odlukom Senata Sveučilišta u Rijeci o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija Marketing u turizmu (KLASA: 003-01/20-3/02; URBROJ: 2170-57-01-20-153) od 19. svibnja 2020. izvršene su izmjene u iznosu od 45% pri čemu je za izmijenjeni studijski program dobivena jedna pozitivna recenzija.

– od tada je postotak izmjena bio 0%.

2. Obrazloženje zahtjeva za izmjenama i dopunama

2.1. Razlozi i obrazloženje izmjena i dopuna studijskog programa

Integriranje mikrokvalifikacije „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“ iz programa UNIRI CLASS¹ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije u studijski program Marketing u turizmu

2.2. Procjena svrhovitosti izmjena i dopuna¹

Svrha je izmjene i dopune studijskoga programa omogućiti studentima stjecanje mikrokvalifikacije „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“ kroz predmete koji su integrirani u studijski program Marketing u turizmu

2.3 Usporedivost izmijenjenog i dopunjenog studijskog programa sa sličnim programima akreditiranih visokih učilišta u RH i EU²

Za potrebe izmjena i dopuna studijskog programa korišteni su rezultati analize srodnih studijskih programa u Hrvatskoj i Europi. Studijski program usporediv je s drugim programima visokih učilišta u zemlji i svijetu. Usporedivost se temelji na ishodima učenja, nastavnim sadržajima obveznih i izbornih predmeta i iskazanoj vrijednosti ECTS-a. Postignut je visok stupanj usklađenosti sa srodnim fakultetima u RH, EU i ostalim zemljama, kao primjerice:

Studiji u Republici Hrvatskoj

- Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, sveučilišni diplomski studij „Marketing“, <https://www.efzg.unizg.hr/katedre-29721/marketing-29782/diplomski-studij-marketing-31374/31374>
- Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, sveučilišni diplomski studij Marketing, <http://www.efos.unios.hr/studij-marketing/diplomski-studij/opce-informacije/>
- Ekonomski fakultet, Sveučilište u Rijeci, sveučilišni diplomski studij Marketing, <https://www.efri.uniri.hr/hr/marketing/435/102>

Studiji u Europskoj uniji:

- University of Strathclyde, Glasgow, Msc Tourism Marketing Management programme, <https://www.strath.ac.uk/courses/postgraduate/taught/tourismmarketingmanagement/>
- University of Westminster, Marketing Management MA/Msc, <https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-marketing-courses/2020-21/september/full-time/marketing-management-ma-msc>
- University of Eastern Finland, Faculty of Social Sciences and Business Studies, Tourism Marketing and Management, Msc, <https://www.uef.fi/en/degree-programme/masters-degree-programme-in-tourism-marketing-and-management>
- University of Lincoln, Msc Tourism and Marketing, <https://www.mastersportal.com/studies/260521/tourism-and-marketing.html#content:contents>

¹ Primjerice, procjena svrhovitosti obzirom na potrebe tržišta rada u javnom i privatnom sektoru, povećanje kvalitete studiranja i dr.

² Navesti i obrazložiti usporedivost programa, od kojih barem jedan iz EU, s izmijenjenim i dopunjenim programom koji se predlaže te navesti mrežne stranice programa.



<i>2.4. Usklađenost s institucijskom strategijom razvoja studijskih programa³</i>
Ovaj je studijski program u cijelosti usklađen s misijom i vizijom Sveučilišta u Rijeci, kao i s misijom i vizijom FMTU.
<i>2.5. Ostali važni podatci – prema mišljenju predlagača</i>
-

1. Opis obveznih i/ili izbornih predmeta s unesenim izmjenama i dopunama
<i>3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta(i/ili modula, ukoliko postoje) s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS – bodova (prilog: Tablica 1)</i>
Prilog: Tablica 1
<i>3.2. Opis svakog predmeta (prilog: Tablica 2)</i>
Prilog: Tablica 2

³ Preciznije, usklađenost s misijom i strateškim ciljevima Sveučilišta u Rijeci i visokoškolske institucije.



Tablica 1.

3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta i/ili modula s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS bodova

a) Važeća inačica u kojoj su vidljive predložene promjene i izmjene prihvaćene na 49. sjednici Fakultetskog vijeća održanoj dana 31. svibnja 2023. godine

POPIS PREDMETA: MARKETING U TURIZMU						
Godina studija: 1.						
Semestar: I.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Strateški marketing u turizmu	Prof. dr. sc. Lorena Bašan	30	0	30	6	O
Ponašanje potrošača	Prof. dr. sc. Dina Lončarić	30	0	30	6	O
Istraživanje turističkog tržišta	Prof. dr. sc. Dina Lončarić	30	0	30	6	O
Brendiranje u turizmu	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	30	0	30	6	O
Nacionalna ekonomija	Prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić	15	0	15	3	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
LISTA IZBORNIH PREDMETA						
Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	Prof. dr. sc. Mislav Šimunić	15	0	15	3	I
Turistička potrošnja	Izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	15	0	15	3	I
Menadžment troškova	Izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	15	0	15	3	I
Standardi u ugostiteljstvu	Prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	15	0	15	3	I
Financijska tržišta i institucije	Izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	I
Poduzetništvo u kulturi	Izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	15	0	15	3	I
Statistička kontrola kvalitete	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Luksuzni turizam	Prof. dr. sc. Danijela Gračan	15	0	15	3	I
Organizacijsko ponašanje	Prof. dr. sc. Nadia Pavia	15	0	15	3	I
Opskrbni lanci u turizmu	Prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	15	0	15	3	I
Marketing turističke destinacije i održivost	Prof. dr. sc. Lorena Bašan	15	0	15	3	I
Ruralni turizam	Prof. dr. sc. Romina Alkier	15	0	15	3	I
Tehnike pregovaranja	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I
Semestar: II.						



PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Ekonometrija	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	30	0	30	6	O
Digitalni marketing <i>- predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“</i>	Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	30	0	30	6	O
Integrirana marketinška komunikacija <i>- predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“</i>	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	30	0	30	6	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
DIPLOMSKI RAD					9	
LISTA IZBORNIH PREDMETA						
Poslovna inteligencija	Prof. dr. sc. Christian Stipanović	15	0	15	3	I
Komparativni fiskalni sustavi	Izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	15	0	15	3	I
Međunarodno kretanje kapitala	Prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	I
Nautički turizam	Prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Vrednovanje poduzeća	Izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	15	0	15	3	I
Nutricionizam	Prof. dr. sc. Greta Krešić	15	0	15	3	I
Turizam, terorizam i migracije	Izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	15	0	15	3	I
Menadžment plaža	Prof. dr. sc. Zrinka Zadel	15	0	15	3	I
Modeli sustava kvalitete	Prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	15	0	15	3	I
Inovativne tehnologije	Izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	15	0	15	3	I
Digitalna komunikacija u turizmu	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	15	0	15	3	I
Menadžment luksuznih hotela	Doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	I
Turizam, društvo i kultura	Izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	15	0	15	3	I
Virtualni doživljaj	Prof. dr. sc. Suzana Marković	15	0	15	3	I
Društvene mreže i influencer marketing	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I



<i>- predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS” – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“</i>	<i>Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan</i>					
--	---	--	--	--	--	--



b) Pročišćena inačica s prihvaćenim promjenama na 49. sjednici Fakultetskog vijeća održanoj dana 31. svibnja 2023. godine

POPIS PREDMETA: MARKETING U TURIZMU						
Godina studija: 1.						
Semestar: I.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Strateški marketing u turizmu	Prof. dr. sc. Lorena Bašan	30	0	30	6	O
Ponašanje potrošača	Prof. dr. sc. Dina Lončarić	30	0	30	6	O
Istraživanje turističkog tržišta	Prof. dr. sc. Dina Lončarić	30	0	30	6	O
Brendiranje u turizmu	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	30	0	30	6	O
Nacionalna ekonomija	Prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić	15	0	15	3	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
LISTA IZBORNIH PREDMETA						
Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	Prof. dr. sc. Mislav Šimunić	15	0	15	3	I
Turistička potrošnja	Izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	15	0	15	3	I
Menadžment troškova	Izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	15	0	15	3	I
Standardi u ugostiteljstvu	Prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	15	0	15	3	I
Financijska tržišta i institucije	Izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	I
Poduzetništvo u kulturi	Izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	15	0	15	3	I
Statistička kontrola kvalitete	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Luksuzni turizam	Prof. dr. sc. Danijela Gračan	15	0	15	3	I
Organizacijsko ponašanje	Prof. dr. sc. Nadia Pavia	15	0	15	3	I
Opskrbni lanci u turizmu	Prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	15	0	15	3	I
Marketing turističke destinacije i održivost	Prof. dr. sc. Lorena Bašan	15	0	15	3	I
Ruralni turizam	Prof. dr. sc. Romina Alkier	15	0	15	3	I
Tehnike pregovaranja	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I
Semestar: II.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Ekonometrija	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	30	0	30	6	O



Digitalni marketing - predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“	Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	30	0	30	6	O
Integrirana marketinška komunikacija - predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	30	0	30	6	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
DIPLOMSKI RAD					9	
LISTA IZBORNIH PREDMETA						
Poslovna inteligencija	Prof. dr. sc. Christian Stipanović	15	0	15	3	I
Komparativni fiskalni sustavi	Izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	15	0	15	3	I
Međunarodno kretanje kapitala	Prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	I
Nautički turizam	Prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Vrednovanje poduzeća	Izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	15	0	15	3	I
Nutricionizam	Prof. dr. sc. Greta Krešić	15	0	15	3	I
Turizam, terorizam i migracije	Izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	15	0	15	3	I
Menadžment plaža	Prof. dr. sc. Zrinka Zadel	15	0	15	3	I
Modeli sustava kvalitete	Prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	15	0	15	3	I
Inovativne tehnologije	Izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	15	0	15	3	I
Digitalna komunikacija u turizmu	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	15	0	15	3	I
Menadžment luksuznih hotela	Doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	I
Turizam, društvo i kultura	Izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	15	0	15	3	I
Virtualni doživljaj	Prof. dr. sc. Suzana Marković	15	0	15	3	I
Društvene mreže i influencer marketing - predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023.	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	15	0	15	3	I



godinu; Program: Jednostavne mikrovalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“						
--	--	--	--	--	--	--



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. dc. Lorena Bašan	
Naziv predmeta	Strateški marketing u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Marketing u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa specifičnim marketinškim znanjima potrebnim za razumijevanje strateškog planiranja marketinških aktivnosti u turizmu, te da stečena znanja primijene u konkretan marketinški kontekst na turističkom tržištu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Interpretirati temeljne pojmove koji se vezuju uz strateško upravljanje marketingom u turizmu
2. Razlikovati čimbenike strateške analize marketinškog okruženja u turizmu i izvršiti analizu snaga i slabosti
3. Opisati pojmove u izgradnji strategije marketinga i interpretirati ih
4. Razlikovati strategije marketinga u turizmu i interpretirati primjerenu strategiju za ostvarivanje postavljenih ciljeva i razviti miks taktika marketinga
5. Interpretirati mjerila za praćenje uspješnosti implementacije plana marketinga
6. Sastaviti i prezentirati plan marketinga konkretnog turističkog gospodarskog subjekta ili turističke destinacije
7. Na primjerima iz prakse analizirati problem i predložiti odgovarajuća rješenja problemskih situacija

1.4. Sadržaj predmeta

Osobitosti strateškog upravljanja marketingom u turizmu i ugostiteljstvu. Upravljanje marketingom turističke destinacije. Proces strateškog planiranja marketinških aktivnosti u turizmu. Okruženje marketinga na turističkom tržištu. Marketing informacijski sustav i istraživanja u turizmu. Ponašanje potrošača u turizmu. Segmentacija turističkog tržišta. Strategije marketinga na turističkom tržištu. Strategija marketinga i održiva konkurentska prednost. Politika proizvoda u turizmu. Upravljanje cijenama u turizmu. Prodaja i distribucija u turizmu. Integrirane marketinške komunikacije u turizmu. Marketinški plan. Organizacija i kontrola marketinških aktivnosti u turizmu.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- ☒ predavanja
☐ seminari i radionice

- ☒ samostalni zadaci
☐ multimedija i mreža



	<input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input checked="" type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		
pohađanje nastave, aktivnost u nastavi, projektni zadatak, poslovni slučaj, kolokviji, završni ispit		

1.8. Praćenje ⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi	0,1	Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,4
Projekt	1,0	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Renko, N. (2009). Strategije marketinga (2. izd.). Zagreb: Naklada Ljevak. 2. Senečić, J. & Grgona, J. (2006). Marketing menadžment u turizmu. Zagreb: Mikrorad.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Pavičić, J., Gnjidić, V. & Drašković, N. (2014). Osnove strateškog marketinga. Zagreb: Školska knjiga. 2. Pavičić, J. (2003). Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia. 3. Mullins, J.W., Walker Jr., O.C., Boyd Jr., H.W. & Larreche, J.C. (2005). Marketing management: A strategic decision making approach (5th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin. 4. Renko, N., Delić, S. & Škrčić, M. (1999). Benchmarking u strategiji marketinga. Zagreb: MATE.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Renko, N. (2009). Strategije marketinga (2. izd.). Zagreb: Naklada Ljevak.						7	30
Senečić, J. & Grgona, J. (2006). Marketing menadžment u turizmu. Zagreb: Mikrorad.						13	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Dina Lončarić	
Naziv predmeta	Ponašanje potrošača	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Marketing u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
<p>Ponašanje potrošača jedno je od najznačajnijih područja istraživanja u marketingu, budući da je upravo poznavanje potreba i zahtjeva tržišta temeljna odrednica efikasnosti marketinške strategije u poslovanju poslovnih subjekata. Iz navedene činjenice proizlaze i osnovni ciljevi predmeta: upoznati studente s važnošću istraživanja i razumijevanja ponašanja potrošača, s čimbenicima koji determiniraju ponašanje potrošača i donošenje odluke o kupnji, sa suvremenim trendovima na tržištu krajnje i poslovne potrošnje, te trendovima na turističkom tržištu.</p>		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Interpretirati i kritički prosuđivati temeljne koncepte u okviru teorija o ponašanju potrošača2. Analizirati i vrednovati ključne čimbenike koji utječu na ponašanje potrošača i donošenje kupovne odluke3. Analizirati i usporediti specifičnosti ponašanja potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje4. Kritički prosuđivati aktualne trendove u turizmu s implikacijom na ponašanje potrošača		
1.4. Sadržaj predmeta		
<p>Ponašanje potrošača kao znanstvena disciplina. Karakteristike tržišta krajnje potrošnje. Istraživanje ponašanja potrošača. Segmentacija tržišta krajnje potrošnje. Modeli ponašanja potrošača. Utjecaj okruženja na ponašanje potrošača. Utjecaj psiholoških procesa i osobnih karakteristika na ponašanje potrošača. Proces donošenja odluke o kupnji. Trendovi u turizmu i ponašanje potrošača. Ponašanje potrošača u <i>online</i> okruženju. Zaštita prava potrošača. Karakteristike tržišta poslovne potrošnje. Suvremeni trendovi na poslovnom tržištu i ponašanje poslovnih kupaca.</p>		
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža



		<input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. Komentari					
1.7. Obveze studenata					
Pohađanje nastave, proučavanje literature i aktivno sudjelovanje na nastavi, samostalni rad studenta, sudjelovanje u kontinuiranim provjerama znanja, polaganje završnog ispita.					
1.8. Praćenje ⁵ rada studenata					
Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej	Istraživanje
Projekt	1,0	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat	Praktični rad
Portfolio		Kritički prikaz	0,3		
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. Grbac, B. & Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje – osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet. 2. Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (2010). Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu. Zagreb: MATE, Zagrebačka škola ekonomije i managementa.					
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. Decrop, A. & Woodside, A.G. (2017). Consumer Behaviour in Tourism and Hospitality Research. Bingley: Emerald Publishing Limited. 2. Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača (2. izd.). Zagreb: Opinio. 3. Pearce, P.L. (2011). Tourist Behaviour and the Contemporary World Themes and Conceptual Schemes. Boston: Channel View Publications. 4. Slivar, I., Alerić, D. & Stankov, U. (2017). Kupovno ponašanje turista. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“. 5. Swarbrooke, J. & Horner, S. (2016). Consumer Behavior in Tourism (3rd ed.). New York: Routledge.					
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Grbac, B. & Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje – osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet.				20	30

⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (2010). Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu. Zagreb: MATE, Zagrebačka škola ekonomije i managementa.	20	30
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Dina Lončarić	
Naziv predmeta	Istraživanje turističkog tržišta	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
<p>Temeljni cilj kolegija je razvoj vještina potrebnih za planiranje i provedbu projekta istraživanja turističkog tržišta. Ukazivanjem na teorijske spoznaje o suvremenim načinima praćenja turističkih tržišta, analize tržišne potražnje i ponašanja potrošača na turističkom tržištu, te praktičnom provedbom istraživačkog projekta studenti će se osposobiti za planiranje, organiziranje i provedbu procesa istraživanja turističkog tržišta. Spoznajom o instrumentariju potrebnom za istraživanje tržišta i razvojem analitičkog mišljenja studenti će savladati proces istraživanja tržišta u funkciji donošenja marketinških odluka.</p>		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Interpretirati temeljne kategorije koje se vezuju uz područje istraživanja tržišta – Definirati problem istraživanja, postaviti istraživačka pitanja i razviti hipoteze istraživanja – Sastaviti plan istraživanja tržišta, definirati uzorak i odrediti metode istraživanja – Oblikovati instrument istraživanja – Primjenom odgovarajućih metoda analizirati prikupljene podatke i donositi zaključke – Sastaviti izvještaj i prezentirati rezultate istraživanja tržišta 		
1.4. Sadržaj predmeta		
<p>Značaj i osobitosti istraživanja turističkog tržišta. Marketing informacijski sustav u turizmu. Proces istraživanja turističkog tržišta. Vrste istraživanja tržišta u turizmu. Prikupljanje i analiza sekundarnih podataka. Određivanje uzorka i prikupljanje primarnih podataka. Osnove deskriptivne statističke analize. Osnove bivarijatne i multivarijatne statističke analize. Analiza kvalitativnih podataka. Prikazivanje rezultata i izvještavanje. Istraživanje za potrebe segmentacije tržišta. Ostala područja istraživanja tržišta u turizmu. Etika u istraživanju tržišta.</p>		
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža



		<input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. Komentari					
1.7. Obveze studenata					
Pohađanje nastave, proučavanje literature i aktivno sudjelovanje na nastavi, izrada plana istraživanja, provođenje istraživanja tržišta i prezentacija rezultata, sudjelovanje u kontinuiranim provjerama znanja, polaganje završnog ispita.					
1.8. Praćenje ⁶ rada studenata					
Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej	Istraživanje
Projekt	1,5	Kontinuirana provjera znanja	1,2	Referat	Praktični rad
Portfolio					
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). Istraživanje turističkih tržišta (2. izd.). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.					
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. Nykiel, R. (2007). Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism. Binghamton: The Haworth Press. 2. Veal, A.J. (2011). Research methods for leisure and tourism: A practical guide (4th ed.). Edinburgh Gate: Pearson Education. 3. Ritchie, B.W., Burns, P. & Palmer, C. (2005). Tourism Research Methods: Integrating Theory With Practice. Cambridge: CABI.					
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). Istraživanje turističkih tržišta (2. izd.). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.				20	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					

⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	
Naziv predmeta	Brendiranje u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Marketing u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
Cilj predmeta je studentima predstaviti važnost brenda i koristi brendiranja, s posebnim naglaskom na područje turizma. Cilj je također da studenti spoznaju na koji se način turistički brendovi stvaraju i mijenjaju svoje značenje u interakciji s društvom te se upoznati sa strategijom kreiranja brenda, načinom komunikacije brenda, mjerenja vrijednosti i upravljanja brendom.		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> Objasniti važnost brenda i koristi koje brendiranje pruža turističkim subjektima i turistima Odabrati prikladnu strategiju kreiranja i pozicioniranja brenda Samostalno kreirati elemente turističkog brenda Procijeniti koji oblik komunikacije je najprikladniji za određeni turistički brend Analizirati i kritički prosuđivati turističke brendove 		
1.4. Sadržaj predmeta		
Važnost brenda i koristi u području turizma. Identitet i imidž turističkog brenda. Pravna zaštitljivost. Strategija kreiranja brenda. Strateško upravljanje brendovima u turizmu. Vrijednost i mjerenje vrijednosti brenda. Životni ciklus brenda. Sociološki i kulturološki aspekti brenda. Pozicioniranje brenda i konkurentni identitet. Komunikacija marke brenda. Uloga marketinških agencija.		
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		



Proizlaze iz praćenja rada studenata na predmetu.							
1.8. <i>Praćenje⁷ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projektni zadatak	1	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	0,5
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Vranešević, T. (2007). Upravljanje markama. Zagreb: Accent. 2. Anholt, S. (2009). Konkurentan identitet: novo upravljanje markama država, gradova i regija. Zagreb: M plus.							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio. 2. Pavlek, Z. (2008). Branding: kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: MEP Consult. 3. Keller, K.L., Aperia, T. & Georgson, M. (2012). Strategic Brand Management, A European Perspective. London: Prentice Hall.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Vranešević, T. (2007). Upravljanje markama. Zagreb: Accent.						13	30
Anholt, S. (2009). Konkurentan identitet: novo upravljanje markama država, gradova i regija. Zagreb: M plus.						1	30
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić	
Naziv predmeta	Nacionalna ekonomija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. <i>Ciljevi predmeta</i>		
Cilj predmeta je proširiti teorijsku bazu i primijeniti makroekonomske zakonitosti na primjeru gospodarstva Republike Hrvatske. Kroz teorijski i aplikativni pristup obraditi će se gospodarski resursi i ključna tržišta svake nacionalne ekonomije s naglaskom na specifičnosti tijekom privrednog rasta. Poseban naglasak biti će na razvoju i važnosti uslužnog sektora, odnosno turizma, u ostvarivanju ukupnih učinaka na nacionalno gospodarstvo i ekonomski rast.		
1.2. <i>Uvjeti za upis predmeta</i>		
Nema.		
1.3. <i>Očekivani ishodi učenja za predmet</i>		
<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pravilno tumačiti i interpretirati temeljne pojmove i makroekonomske agregate na primjeru hrvatskog gospodarstva 2. Objasniti povezanost i razlike između ključnih makroekonomskih pojmova na primjeru hrvatskog gospodarstva 3. Razlikovati determinante gospodarskog rasta (rad, kapital i ljudski kapital) 4. Analizirati i obrazložiti gospodarsku strukturu Republike Hrvatske s posebnim naglaskom na djelatnosti koje su povezane sa turističkim gospodarstvom i turističkom potrošnjom 5. Kritički prosuđivati kvantitativne i kvalitativne podatke, funkcije, učinke i instrumente ekonomske politike 		
1.4. <i>Sadržaj predmeta</i>		
<p>Ekonomski razvoj i gospodarske krize. Sektorska struktura gospodarstva Hrvatske. Ekonomski odnosi s inozemstvom. Konkurentnost hrvatskog gospodarstva. Starenje stanovništva, migracije i mirovinski sustav. Tržište rada. Monetarna politika Republike Hrvatske. Fiskalna politika. Regionalni razvoj i fiskalna decentralizacija. Gospodarsko značenje industrije i turizma. Zdravstveni sustav.</p>		
1.5. <i>Vrste izvođenja nastave</i>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij



		<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji		<input type="checkbox"/> mentorski rad	
		<input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. Komentari		-			
1.7. Obveze studenata					
Konačna ocjena iz Nacionalne ekonomije bazirana je primarno na znanju koje studenti pokažu tijekom nastavnih aktivnosti i na pismenom dijelu ispita. Studenti trebaju redovito učestvovati u aktivnostima tijekom semestra izvođenja nastave i to kroz: a) rješavanje testova koji uključuju analizu izvještaja HNB, b) pisanje jednog eseja i c) izradu praktičnog zadatka (obrada članka).					
1.8. Praćenje ⁸ rada studenata					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	Istraživanje
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat	Praktični rad
Portfolio					0,3
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
Grupa autora (ured. Obadić, A. & Tica, J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.					
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. DZS – Statistički ljetopis Hrvatske, razna godišta. (online) 2. HNB – Statistički podaci, razna godišta. (online) 3. Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Grupa autora (ured. Obadić, A. & Tica, J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.				20	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					

⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	
Naziv predmeta	Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studiji "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta jest u upoznavanju studenata sa trenutnim stanjem digitalnog okruženja čime su web stranice determinirane te upoznavanjem sa suvremenim konceptima i alatima za izradu web stranica. Cilj je kolegija također da na temelju stečenih znanja budu sposobni samostalno osmisлити, pripremiti, kreirati i voditi cjelokupni projekt izrade web site-a od faze osmišljavanja do faze realizacije / izrade web sitea.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Na temelju **kritičkog prosuđivanja** konteksta poslovnog okruženja, **isplanirati** projekt izrade web site-a;
2. Sastaviti faze i elemente projekta izrade web site-a, te **formulirati** i **pripremiti** cijeli projekt (dokumentacija, sadržaj, logika) pripreme web site-a;
3. Koristiti sintaksu HTML jezika i suvremena programska rješenja pri **izboru najbolje opcije** modela pri **formuliranju, kreiranju, razvoju** izradi website-a (WYSWYG sučelja, CMS-i),
4. Primijeniti usvojena znanja, vještine i kompetencije u svim fazama izrade web site-a kako bi mogao **ocijeniti** i **valorizirati** projekt izrade web site (u svim fazama od a. osmišljavanja, preko b. realizacije / izrade , do c. unaprjeđenja odnosno optimizacije i održavanja web site-a).

1.4. Sadržaj predmeta

Poslovni kontekst izrade web stranica (okruženje- internet - web – semantika). Planiranje i priprema web site-a. Definiranje elemenata web site-a (entiteti – atributi – varijable) i izrada navigacijske karte. Osnove dizajna, strukture i sadržaja web site-ova/web stranica. Upoznavanje sa HTML sintaksom. Napredne tehnike u programiranju web site-ova (optimizacija, prošireni tagovi). WYSWYG sučelja za izradu web siteova. Računalna grafika. CMS (Content Management System) sustavi. SEM. SEO. Analiza i održavanje web site-ova.

1.5. Vrste izvođenja nastave**X** predavanja
X seminari i radionice**X** samostalni zadaci
X multimedija i mreža



		<input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input checked="" type="checkbox"/> ostalo izrada web site-a	
1.6. <i>Komentari</i>		Predavanja integrirana i podržana računalom, izvođenje seminarske nastave na računalima, prezentacija projekata/web site-ova studenata			
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Pohađanje nastave (predavanja, seminara/vježbi), izrada i prezentacija web site-ova, izrada projektnih zadataka, timski rad, polaganje kolokvija i završnog ispita.					
1.8. <i>Praćenje⁹ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat	
Portfolio					
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Gasston, P. (2013). Moderni web responzivni web dizajn uz HTML5, CSS3 i JavaScript. Zagreb: DOBAR PLAN.					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Niederst Robbins, J. (2008). NAUČITE WEB DIZAJN. Zagreb: Mikro knjiga.					
2. Materijali za predavanja (*.ppt) te, razna pomoćna literatura u dogovoru s nositeljem kolegija.					
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Gasston, P. (2013). Moderni web responzivni web dizajn uz HTML5, CSS3 i JavaScript. Zagreb: DOBAR PLAN.				5	30
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije

⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	
Naziv predmeta	Turistička potrošnja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studiji "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Temeljni ciljevi predmeta Turistička potrošnja je cjeloviti sagledavanje i razumijevanje turizma kao složenog gospodarskog i sociološkog fenomena. Turistička potrošnja kao temeljna ekonomska varijabla za segment domaćeg i inozemnog turizma determinira bitne elemente na makroekonomskom i mikroekonomskom tržištu, a koje su od velike važnosti za malo otvoreno gospodarstvo poput Republike Hrvatske. Turizam se sagledava primarno kroz aspekt potrošnje, koji dalje determinira razumijevanje, kvantificiranje i modeliranje ukupne ekonomske politike prema turizmu i brojnim povezanim djelatnostima. U okviru predmeta potiče se primjena sustavnog i modelskog pristupa u analiziranju ekonomskih i turističkih pojava, problema i vrednovanja. Turizam se sagledava u okviru ekonomskog, sociološkog, političkog, ekološkog i tehnološkog sustava u nacionalnim i međunarodnim okvirima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati pojam turizma i turističke potrošnje
2. Analizirati važnost turističke potrošnje u okviru ukupnog makroekonomskog okruženja
3. Identificirati važnost turističke satelitske bilance i platne bilance
4. Primijeniti multiplikator turističke potrošnje
5. Sintetizirati pojam turističke potrošnje, turizma i turističke konkurentnosti u Republici Hrvatskoj i drugim EU zemljama

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i važnost turističke potrošnje. Turističko tržište i turist potrošač. Turizam kao složeni gospodarski i društveni sustav. Ekonomske funkcije turizma. Turistička potražnja i turistička potrošnja kao dio agregatne potražnje i potrošnje. Turistička satelitska bilanca TSA. Turizam u platnoj bilanci. Međusektorski odnosi i efekti turističke potrošnje. Turizam i turistička potrošnja u svijetu – međunarodni, regionalni i nacionalni pregled. Turistička konkurentnost. Benchmarking turističkih i gospodarskih pokazatelja. Perspektive i predviđanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja | <input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci |
| <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice | <input type="checkbox"/> multimedija i mreža |
| <input type="checkbox"/> vježbe | <input type="checkbox"/> laboratorij |
| <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu | <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad |
| <input type="checkbox"/> terenska nastava | <input type="checkbox"/> ostalo |



1.6.	Komentari						
1.7.	Obveze studenata						
Studenti trebaju redovito učestvovati u aktivnostima tijekom semestra u izvođenja nastave i to kroz: a) izrada eseja sa ciljem razumijevanja globalnih turističkih trendova i b) izrada i prezentacija projektnog rada koji se odnosi na istraživanje metoda turističke potrošnje aplicirano na turističku destinaciju. Redovito učenje, aktivno sudjelovanje u nastavi i praćenje suvremenih turističkih trendova ključni su elementi za uspješno savladavanje ispita iz Turističke potrošnje.							
1.8.	Praćenje ¹⁰ rada studenata						
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9.	Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu						
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10.	Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)						
1. Grupa autora (ured. Obadić A., Tica J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. 2. Čavlek, N. i dr. (2011). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga. 3. Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.11.	Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)						
1. Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer. W. (2020). Tourism Economics and Policy. Bristol, UK, USA Channel View Publications. 2. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A. et al. (2008). Ekonomija turizma – načela i praksa. Split: Eko.							
1.12.	Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu						
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Grupa autora (ured. Obadić A., Tica J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.						10	30
Čavlek, N. i dr. (2011). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga.						34	30
Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.						26	30
1.13.	Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija						

¹⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr.sc. Dubravka Vlašić	
Naziv predmeta	Menadžment troškova	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je stjecanje teorijskih znanja iz metoda obuhvaćanja troškova kao i praktičnih kompetencija i vještina vezanih uz praćenje i upravljanje troškovima u kratkom i dugom roku te kritičko sagledavanje informacija o troškovima i njihovu ulogu u procesu donošenja poslovnih odluka. Naglasak je na upravljanju troškovima u turističko-hotelskom gospodarstvu, a posebno na vrednovanju sustava internih kontrola i IT sustava koje se implementiraju u funkciji upravljanja troškovima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Izmjeriti troškove koristeći različite metode obuhvaćanja troškova
2. Ocijeniti sustave internih kontrola i IT sustave u funkciji upravljanja troškovima
3. Kritički prosuditi važnost informacija o troškovima u donošenju poslovnih odluka

1.4. Sadržaj predmeta

Sadržaj predmeta usmjeren je na informacije troškovnog računovodstva koje služe kao podloga za upravljanje troškovima, a izučava se koristeći studije slučajeva (case study) kroz koje studenti usvajaju i razvijaju praktična i primjenjiva znanja koja se odnose na mogućnosti unapređenja mjerenja i upravljanja troškovima te sustava internih kontrola kroz slijedeće tematske cjeline:

Osnove teorije troškova. Troškovi u eksternom i internom obračunu. Troškovi i poslovno odlučivanje. Mjerenje troškova kroz primjenu modernih metoda obračuna troškova (ciljni troškovi i obračun troškova okoliša). Troškovi i informacijski zahtjevi menadžmenta u dugom i kratkom vremenskom razdoblju. Sustavi internih kontrola u upravljanju troškovima. Interna revizija troškova. Korištenje IT u upravljanju troškovima.

1.5. Vrste izvođenja nastave

x predavanja
x seminari i radionice

☐ samostalni zadaci
☐ multimedija i mreža



	<input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad X ostalo case study i timski rad					
1.6. Komentari	Kolegij se izvodi i na engleskom jeziku						
1.7. Obveze studenata							
Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara, a od studenata se očekuje aktivno sudjelovanje na nastavi te izvršavanje svih zadanih obveza. Student je dužan pristupiti parcijalnom obliku ispitivanja, te pismenom ispitu, uz uvjet da savlada sve oblike gradiva predviđene nastavnim planom i programom predmeta.							
1.8. Praćenje ¹¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio						Studij slučaja	0,9
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<ol style="list-style-type: none">1. C. T. Horngren, S. M. Datar, G. Foster (2018). Cost Accounting A Managerial Emphasis Prentice Hall, Pearson Education International, New Jersey2. C., Guilding (2014). Accounting essentials for hospitality managers, third edition, Routledge, odabrana poglavlja3. K.H:Spencer Pickett (2010)The internal auditing handbook third edition, Wiley and Sons, odabrana poglavlja4. C Dittemeier, P. Casati (2014), Evaluating Internal Control systems – A Comprehensive Assessment model (CAM) for Enterprise Risk Management, IIARF Research report, odabrana poglavlja5. B. Tušek, L. Žager, I Barišić (2014) Interna revizija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, odabrana poglavlja6. Prezentacije postavljene u Merlinu							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<ol style="list-style-type: none">1. Groot, T., Lukka, K., (2000). Cases in Management Accounting. Current practices in European companies. Prentice Hall2. CHAE – Certified Hospitality Accountant Executive, Certification Study Guide (2001). Vol I & Vol II. Hospitality Financial and Technology Professionals, Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association, 2001.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							

¹¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
C. T. Horngren, S. M. Datar, G. Foster (2018). Cost Accounting A Managerial Emphasis Prentice Hall, Pearson Education International, New Jersey	5	30
C., Guilding (2014). Accounting essentials for hospitality managers, third edition, Routledge, odabrana poglavlja	5	30
K.H:Spencer Pickett (2010)The internal auditing handbook third edition, Wiley and Sons, odabrana poglavlja	5	30
C Dittemeier, P. Casati (2014), Evaluating Internal Control systems – A Comprehensive Assessment model (CAM) for Enterprise Risk Management, IIARF Research report, odabrana poglavlja	5	30
B. Tušek, L. Žager, I Barišić (2014) Interna revizija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, odabrana poglavlja	5	30
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	
Naziv predmeta	Standardi u ugostiteljstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s primjenom i razvojem standarda i standardizacije u ugostiteljstvu. Kroz kolegij prezentirat će se teorijske i praktične spoznaje u tom području po uzoru na Europsku uniju i svijet te ukazati da primjena standarda izražava određenu kvalitetu proizvoda i usluga u ugostiteljstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Povezati koncepte, modele i teorije iz područja primjene standarda u ugostiteljstvu
2. Prezentirati različite grupe standarda koji se primjenjuju u ugostiteljstvu
3. Usporediti standarde kvalitete i sigurnosti u ugostiteljstvu
4. Procijeniti kvalitetu primjene standarda u ugostiteljstvu

1.4. Sadržaj predmeta

EKONOMSKI ASPEKTI UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI : karakteristike ugostiteljstva kao proizvodno uslužna djelatnost, povezanost ugostiteljstva i turizma, mjere ekonomske politike usmjerene na razvoj ugostiteljstva.

STANDARDI I STANDARDIZACIJA U UGOSTITELJSTVU: prvi začeci primjene standarda u ugostiteljstvu, uloga i značaj standarda glede kvalitete ugostiteljskih usluga, proces standardizacije u ugostiteljstvu, primjena standarda EU u ugostiteljskoj praksi, tipizacija, standardizacija i unifikacija ugostiteljskih proizvoda i usluga, standardi kvalitete u standardnom nizu ISO 9000, 9001, 9002 i 9003., poznati svjetski standardi i njihova obilježja, uloga i značaj HACCP sustav u ugostiteljstvu.



STANDARDI U IZGRADNJI UGOSTITELJSKIH OBJEKATA: temeljna područja (vrste) ugostiteljskih standarda, ključni postupci planiranja izgradnje ugostiteljskih objekata shodno zakonskoj klasifikaciji i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, metodologija procjene opravdanosti investicijskog projekta gradnje hotelskog ili ugostiteljskog objekta, ekonomska nužnost uvođenja standarda i standardizacije u procesima izgradnje ugostiteljskih objekata.

STANDARDI UNUTRAŠNJEG UREĐENJA I OPREME UGOSTITELJSKIH OBJEKATA: standardi opremanja i uređivanja smještajnih jedinica u hotelu, radni kapaciteti i propusna moć proizvodno- poslužnih prostorija u ugostiteljskom objektu (kuhinja i blagovaona), funkcionalnost restoranskog odjela u ugostiteljskom objektu, struktura i kapaciteti odjela HIP- a, standardi ostalih odjela u hotelu.

STANDARDI NABAVE I ČUVANJE NAMIRNICA: procesi planiranja nabave namirnica u ugostiteljstvu, normativi utroška namirnica i pića, utvrđivanje strukture troškova u ostvarenom prihodu odjela HIP-a, empirijski standardi gubitka kod čišćenja i termičke obrade živžnih namirnica.

STANDARDI PROIZVODNO – USLUŽNOG PROCESA U UGOSTITELJSTVU: tipični oblici proizvodno-uslužnih procesa u odjelu HIP-a, standardizacija namirnica u pripremanju i prigrutavljanju jela, metode izračuna očekivanog broja gostiju u ugostiteljskom objektu, organizacija i tehnike posluživanja u ugostiteljstvu po uzoru na svjetske hotelske brandove.

KADROVSKI STANDARDI U UGOSTITELJSTVU: sistematizacija poslova i radnih zadataka, standardi hotelskih i ugostiteljskih zanimanja, standardi rada u hotelijerstvu i ugostiteljstvu, standardi cijelo životnog obrazovanja i usavršavanja zaposlenika, standardi znanja stranih jezika.

STANDARDI U PRIPREMI JELA: temeljni standardi ključnih postupaka EU u pripremi jela, standardi čuvanja, smrzavanja, odmrzavanja i pripreme namirnica, manipulacija rizičnim skupinama namirnica.

STANDARDI SITNOG INVENTARA U UGOSTITELJSTVU: standardi inventarizacije sitnog inventara u novo otvorenom ugostiteljskom objektu, standardi postelnog rublja u hotelu, standardi veličine restoranske rubenine, stolova, stolica, standardi radne odjeće zaposlenika.

STANDARDI POSLOVNE ETIKE UGOSTITELJSKOG OSOBLJA: standardi etičnosti ugostiteljskog osoblja, bonton u ugostiteljstvu, kodeks poslovnih odnosa i uzanci u ugostiteljstvu.

STANDARDI INFORMIRANJA GOSTIJU: primarni i sekundarni standardi glede informiranja gostiju, kućni red ugostiteljskog objekta, sredstva ponude u ugostiteljskom objektu, standardni povratnog informiranja.

STANDARDI UPRAVLJANJA POSLOVNIM REZULTATOM : postupci mjerenja i usporedbe mjerila uspješnosti poslovanja, utjecaj ukupnih troškova zaposlenika na standarde rada u ugostiteljstvu, utjecaj primjene suvremene tehnologije na standarde rada u ugostiteljstvu, organizacija rada, praćenje, evidencija i kontrola poslovanja u ugostiteljstvu, indikatori uspješnosti poslovanja prijemnog odjela i odjela HIP-a, uloga kontrolinga u poslovanju ugostiteljskog ili hotelskog poduzeća.

TENDENCIJE I MODELI OKRUPNJAVANJA U SVJETSKOM HOTELIJERSTVU: strategijski pristup korporativnom upravljanju u hotelijerstvu, modeli organizacije velikih turističkih korporacija po uzoru na EU i svijet, pristup horizontalnom i vertikalnom povezivanju u hotelijerstvu.

NOVI TRENDOMI MAKROORGANIZACIJE U SVJETSKOM HOTELIJERSTVU: poznati hotelski lanci i njihova temeljna obilježja, *all-inclusive* lanci, *club hotels* - njihova ponuda, prednosti i nedostaci, oblik franšiznog i savjetodavnog hotelskog udruženja u svjetskoj i europskoj praksi.

1.5. Vrste izvođenja
nastave

- ☒ predavanja
- ☒ seminari i radionice
- ☐ vježbe
- ☐ obrazovanje na dalji

- ☐ samostalni zadaci
- ☐ multimedija i mreža
- ☐ laboratorij
- ☒ mentorski rad



	<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u sklopu nastave, izrada i prezentacija seminarskog rada, esej na zadanu temu, izrada samostalnog zadatka te učiti za kolokvije i završni pismeni ispit.							
1.8. Praćenje ¹² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Pirja, D. (2009.). Standardi u turističkom ugostiteljstvu. Šibenik: Visoka škola za turizam Šibenik. 2. Avelini Holjevac, I. (2006.). Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji. Opatija: FMTU.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Lazibat, T. (2009.). Upravljanje kvalitetom. Zagreb: Znanstvena knjiga. 2. Hayes, D.K., Ninemeier, J.D. (2003.). Hotel Operations Management. New Jersey: Prentice Hall.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Pirja, D. (2009.). Standardi u turističkom ugostiteljstvu. Šibenik: Visoka škola za turizam Šibenik.					5	30	
Avelini Holjevac, I. (2006.). Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji. Opatija: FMTU.					5	30	
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							

¹² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	
Naziv predmeta	Financijska tržišta i institucije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je upoznati studente s fundamentalnim znanjima o financijskim tržištima i institucijama u cilju razumijevanja tokova cirkuliranja novčanih sredstava. Studenti će u okviru izučavanja ovoga predmeta steći specifična znanja vezana uz razumijevanje hrvatskog financijskog sustava, središnjeg bankarstva, bankovnih poslova, nebankovnih financijskih institucija, platnog prometa, tržišta novca, te tržišta kapitala, čime će ovladati specifičnim znanjima u cilju donošenja ispravnih financijskih odluka.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Utvrditi spoznaje o funkcioniranju financijskog sustava
2. Utvrditi karakteristike financijskih tržišta i njihovih sudionika
3. Argumentirati karakteristike i poslove različitih bankovnih i drugih financijskih institucija
4. Izabrati, kritički prosuditi, te opravdati investicijske odluke na financijskom tržištu temeljem zadane studije slučaja

1.4. Sadržaj predmeta

Financijski sustav, karakteristike i funkcije financijskog sustava, ponuda i potražnja na financijskom tržištu, financijska imovina, instrumenti i transakcije, financijska piramida, kreditna sposobnost, kreditni rejting, izravno financiranje i financijsko posredovanje, bankovno i tržišno utemeljeni financijski sustavi, naznake o današnjim financijskim sustavima, financijska isključenost i alternativni financijski sustavi, pojam financijskih institucija, vrste financijskih institucija, tradicionalne i nove financijske institucije, središnje bankarstvo, karakteristike središnje banke, središnje banke izabranih zemalja, funkcije središnjih banaka, Banka, definiranje banaka, regulacija banaka, okrupnjavanje banaka, bankovni poslovi, pasivni bankovni poslovi, aktivni bankovni poslovi, nebankovne financijske institucije, klasifikacija nebankovnih financijskih institucija,



depozitne štedne institucije, ugovorne štedne institucije, investicijski fondovi, državne financijske institucije, financijske kompanije, investicijske banke, brokeri i dealeri, ostale financijske institucije, platni promet, pojam vrste i kategorije platnog prometa, infrastruktura plaćanja u europskoj uniji, platni promet u Hrvatskoj, instrumenti međunarodnih plaćanja i osiguranja plaćanja, bankovna garancija, kliring u međudržavnim plaćanjima, platne kartice, mjenica, zadužnica, Financijska tržišta, uloga i funkcija financijskih tržišta, primarno i sekundarno financijsko tržište, devizno tržište, država na financijskom tržištu, sekuritizacija aktive, tržište novca, definicija i značaj tržišta novca, tržišta novca u razvijenim ekonomijama, međunarodno tržište novca, tržište kapitala, funkcije tržišta kapitala, pravna regulacija tržišta kapitala, investicijsko bankarstvo, institucije tržišta kapitala, Hrvatski financijski sustav (razvoj i opće karakteristike sustava, dostignuti stupanj razvijenosti financijskog sustava, tranzicija kriza i početak oporavka, kreditne institucije, ostale financijske institucije, HANFA, Zagrebačka burza, tržište novca i kratkoročnih vrijednosnica, Hrvatska banka za obnovu i razvoj)

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	--

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave (redoviti studenti min. prisustvo 75%), aktivno sudjelovanje u nastavi, pisanje kolokvija i pismenog ispita.

1.8. Praćenje ¹³ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,25	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	0,25
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

1. Leko, V., & Stojanović, A. (2018). Financijske institucije i tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu.
2. Prohaska, Z., Radman Peša, A. & Olgić Draženović, B. (2020) Razvoj financijskih tržišta i osnove investicijske analize. Zadar, Sveučilište u Zadru.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Mishkin, F.S. & Eakins S.G. (2019). Financijska tržišta i institucije (8. izd.). Zagreb: MATE.
2. Ivanović, Z. (1997). Financijski menadžment (2. izd.). Opatija: Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet.

¹³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



<i>1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>		
<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Leko, V., & Stojanović, A. (2018). Financijske institucije i tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu.	5	30
Prohaska, Z., Radman Peša, A. & Olgić Draženović, B. (2020) Razvoj financijskih tržišta i osnove investicijske analize. Zadar, Sveučilište u Zadru.	6	30
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	
Naziv predmeta	Poduzetništvo u kulturi	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa teorijskim spoznajama o poduzetništvu, kulturi, stvaranju kulturne ponude te poduzetništvu u kulturi s naglaskom na nove trendove ponude i potražnje na turističkom tržištu (kulturni turizam, kreativni turizam) te efikasnog poslovnog odlučivanja i koncepcije razvoja organizacija u kulturi. Osim toga u okviru kolegija studenti će se upoznati sa značenjem kulturnih i kreativnih industrija u suvremenim gospodarstvima te novim strateškim usmjerenjima organizacija u kulturi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati teorijske pojmove vezane uz poduzetništvo u kulturi, poslovanje organizacija u kulturi, zakonsku regulativu
2. Utvrditi ulogu kulturne i kreativne industrije u suvremenim gospodarstvima
3. Procijeniti sadašnje stanje te argumentirati strategije provođenja poslovnih politika u organizacijama kulture
4. Planirati nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi
5. Utvrditi sinergijsko djelovanje kulture i turizma (novi trendovi u kulturnom turizmu)

1.4. Sadržaj predmeta

Uvodno predavanje. Teorijske determinante poduzetništva i kulture. Kulturne potrebe, kulturna politika i kulturni razvoj. Kulturne i kreativne industrije. Specifičnosti poduzetništva u organizacijama kulture. Oblici organiziranja kulturnih ustanova. Zakonska regulativa i poduzetništvo u kulturi i intelektualno vlasništvo. Poslovni proces i poduzetničke strategije. Planiranje i financiranje u organizacijama kulture. Poticaji poduzetništvu u kulturi RH i EU projekti u kulturi. Nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi. Sinergija poduzetništva u kulturi i turizma. Selektivni oblici turizma i značenje poduzetništva u kulturi. Praktični primjeri iz poduzetništva u kulturi



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit te sudjelovati na terenskoj nastavi.							
1.8. Praćenje ¹⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,2
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar. 2. Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE 3. Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. 4. Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Buble, M., Kružić, D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Zagreb: RRIF. 2. Pavičić, J., Alfirević, N. (2006). Aleksić, Lj., Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia. 3. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga. 4. Tausi, R. (2012). Ekonomika kulture. Beograd: Clio. 5. Cetinski, V., Šugar, V., Perić, M. (2012). Menadžment institucija i destinacija kulture. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.					10	30	

¹⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE	10	30
Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk	5	30
Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)		
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Statistička kontrola kvalitete	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Stjecanje općih i specifičnih kompetencija nužnih za pravilno opisivanje, definiranje, interpretiranje, tumačenje i argumentiranje osnovnih pojmova, metoda, tehnika i instrumentarija statističke kontrole kvalitete s naglašavanjem aplikativnih mogućnosti u suvremenom turističko-hotelskom gospodarstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Za upis predmeta studenti moraju posjedovati znanje iz područja statistike i menadžmenta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da studenti nakon položenog ispita iz predmeta Statistička kontrola kvalitete (3 ECTS) mogu:

1. Pravilno formulirati temeljne pojmove iz statističke kontrole kvalitete
2. Klasificirati i formulirati različite pristupe statističke kontrole kvalitete, procese kao elemente organizacijskih sustava i alate statističke kontrole kvalitete
3. Ocijeniti jednostavnije projekte i samostalne zadatke iz područja primjene statističke kontrole kvalitete na konkretnim primjerima vezanim za turističko i hotelsko poslovanje.
4. Donositi relevantne zaključke temeljene na korištenim alatima statističke kontrole kvalitete

1.4. Sadržaj predmeta

Statistički instrumentarij kontrole i poboljšanja procesa. Počeci i evolucija statističke kontrole kvalitete. Konceptualni aspekti i temeljne značajke procesa. Sposobnost i stabilnost procesa. Indeksi sposobnosti procesa. Shewhartove kontrolne karte. Statistički temelji kontrolnih karata. Vrste kontrolnih karata. Kontrolne karte za attribute. Kontrolne karte za varijable. Ostale metode i tehnike statističke kontrole kvalitete.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad



	<input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. <i>Komentari</i>	Predavanja, seminari i radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i seminari omogućit će studentima detaljnije analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja.			
1.7. <i>Obveze studenata</i>				
Student je dužan izraditi samostalne zadatke, uz korištenje obavezne i dopunske literature, te ostalih dostupnih izvora, te na taj način demonstrirati stečena znanja, vještine i sposobnosti iz odabranog područja predmeta. Studentima je omogućen timski rad, no preporuča se i samostalno istraživanje.				
1.8. <i>Praćenje¹⁵ rada studenata</i>				
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej
Projekt	0,4	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat
Portfolio				
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>				
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.				
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>				
1. Baldigara, T. & Mušanović, J. (2022). <i>Statistička kontrola kvalitete</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (e-nastavni materijal u pripremi)				
2. Baldigara, T. & Mušanović, J. (2021). <i>Statistička kontrola procesa</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (predavanja postavljene na mrežnoj stranici kao nastavni tekst)				
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>				
1. Montgomery, D. C. (2020). <i>Introduction to statistical quality control</i> . John Wiley & Sons.				
2. Wheeler, D. J. & Chambers, D. S., (2010). <i>Understanding Statistical Process Control</i> (Third Edition). Knoxville, Tennessee: SPC Press. Inc.				
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>				
Naslov		Broj primjeraka	Broj studenata	
Baldigara, T. & Mušanović, J. (2022). <i>Statistička kontrola kvalitete</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (e-nastavni materijal u pripremi)		Online PDF	30	
Baldigara, T. & Mušanović, J. (2021). <i>Statistička kontrola procesa</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (predavanja postavljene na mrežnoj stranici kao nastavni tekst)		Online PDF	30	

¹⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ciljevi predmeta su:

- studentima pružiti osnovno znanje o *Big Data* i umjetnoj inteligenciji
- objasniti koji su izazovi, prednosti i ograničenja primjene *Big Data* i umjetne inteligencije
- studente upoznati sa analizom *Big Data* i umjetnom inteligencijom kao alata za rješavanje poslovnih problema, za donošenje odluka te unaprjeđenje kvalitete poslovnih procesa
- primjerima dobre prakse prikazati primjenu umjetne inteligencije i analizu *Big Data* u turizmu i hotelijerstvu

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis predmeta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušane nastave studenti će moći:

- razlikovati specifičnosti Big Data od klasičnih podataka i pristupe njihovoj analizi
- opravdati primjenu Big Data i umjetne inteligencije u turizmu i hotelijerstvu
- kritički prosuđivati tehnološke inovacije iz područja Big Data i umjetne inteligencije za unaprjeđenje poslovnih procesa.

1.4. Sadržaj predmeta

- Tehnološka evolucija.
- Vrste i izvori podataka.
- Definicija i obilježja *Big Data*.
- Društveni i etički izazovi *Big Data*.
- Životni ciklus *Big Data* analitike.
- Metode prikupljanja, pohranjivanja, obrade i upravljanja *Big Data*.



- *Big Data* u turizmu i hotelijerstvu.
- Definicija i podjela umjetne inteligencije.
- Područja primjene umjetne inteligencije u turizmu i hotelijerstvu u svrhu poboljšanja kvalitete usluga.
- Umjetna inteligencija u turizmu i hotelijerstvu - primjeri dobre prakse.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari	Predavanja, seminari i radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i seminari omogućit će studentima detaljnije analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja. Studenti će imati priliku otići u hotelsko poduzeće i vidjeti kako se prikuplja i obrađuje Big data i primjenjuje umjetna inteligencija u praksi.
----------------	---

1.7. Obveze studenata

Prisustvovanje predavanjima, seminarskoj i terenskoj nastavi je obavezno. Od studenata se očekuje da prouče preporučenu literaturom i/ili online izvore za aktivno sudjelovanje u nastavi. Od studenata će se zahtijevati da tijekom nastave, u malim grupama, aktivno sudjeluju u rješavanju kraćih studija slučaja.

1.8. Praćenje¹⁶ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	0,4
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Mušanović, J. (2022). *Osnove Big Data i umjetne inteligencije*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (nastavni materijal u priremi)
2. Kelleher, J. D. & Tierney, B. (2021). *Znanost o podacima*. Zagreb: Mate d.o.o.
3. Davenport, T. H. (2021). *Prednost umjetne inteligencije*. Zagreb: Mate d.o.o.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Sarangi, S. & Sharma, P. (2020). *BIG DATA – A Beginner's Introduction*. London: Routledge.
2. Aivalis C.J. (2021) Big Data Technologies. In: Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (eds) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_23-1.

¹⁶ VAŽNO: Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



3. Bulchand-Gidumal J. (2020) Impact of Artificial Intelligence in Travel, Tourism, and Hospitality. In: Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (Eds.) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_110-1.
4. Sigala, M., Rahimi, R., & Thelwall, M. (Eds.). (2019). *Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality: Managerial Approaches, Techniques, and Applications*. Springer.
5. Marr, B. (2016). *Big data in practice: how 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results*. New York: Wiley & Sons.
6. Marr, B. (2015): *Big Data: Using Smart Big Data Analytics And Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance*. New York: Wiley & Sons.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Mušanović, J. (2022). <i>Osnove Big Data i umjetne inteligencije</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (nastavni materijal u priremi)	online PDF	30
Kelleher, J. D. & Tierney, B. (2021). <i>Znanost o podacima</i> . Zagreb: Mate d.o.o.	5	30
Davenport, T. H. (2021). <i>Prednost umjetne inteligencije</i> . Zagreb: Mate d.o.o.	5	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Luksuzni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj ovog predmeta je utvrditi i iskazati važnost razvoja luksuznog turizma kroz razvoj luksuznih turističkih proizvoda u svrhu stvaranja turizma koji diferencira turističke destinacije. Na temelju konceptualno-teorijskog okvira, prateći trendove na turističkom tržištu, postavljaju se odrednice razvoja luksuznog turizma na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će:

1. Razviti temeljno razumijevanje luksuznog turizma.
2. Planirati luksuzna događanja u turističkoj destinaciji.
3. Kreirati luksuzni turistički proizvod.

1.4. Sadržaj predmeta

Luksuzni turizam – pojam i definicije; sudionici u luksuznom turizmu; luksuzni turistički proizvod; održivi luksuz i etika; luksuzni modni i životni trendovi u turizmu; strategija i tehnike stvaranja vrijednosti u luksuznom turizmu; liderstvo i upravljanje luksuznim markama; luksuzni eventi; kreiranje luksuznog turističkog proizvoda; destinacija luksuznog turizma (shopping destinacije, ekskluzivni privatni otoci, gastronomske destinacije-restorani sa Michelin zvjezdicama); luksuzna vjenčanja; korporativno gostoprimstvo na velikim događajima; razumijevanje operativnih, financijskih i kulturnih imperativa luksuznog gostoprimstva; luksuzni turizam kao odgovor na društvene promjene, tehnološke inovacije i na održivost; luksuzna krstarenja; luksuzni turistički prijevoz (vlakovi, zračni prijevoz, cestovna vozila).

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo



1.6. <i>Komentari</i>							
1.7. <i>Obveze studenata</i>							
Aktivno sudjelovanje u nastavi, izvršavanje samostalnih i grupnih radova, kolokviji i završni ispit.							
1.8. <i>Praćenje¹⁷ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	0,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Autorizirani nastavni materijali u pripremi							
2. Gržinić, J. (2019). Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. <u>Anupama S. K., Edited by Saurabh, K. D. (2022). The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism, UK: Bingley, Emerald Publishing Limited</u>							
2. Conrady, R., Ruetz, D., Aeberhard, M. (2020). Luxury Tourism: Market Trends, Changing Paradigms, and Best Practices, Germany: Worms, Springer							
3. Swarbrooke, J. (2018). The Meaning of Luxury in Hospitality, Events and Tourism, UK: Oxford, Goodfellow publisher							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2019). Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli						e-materijal	30
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

¹⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Nadia Pavia	
Naziv predmeta	Organizacijsko ponašanje	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni kolegij	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa temeljnim pojmom organizacije i organizacijskog ponašanja. Studente će se osposobiti da primijene stečena teoretska saznanja o oblikovanju poslova u turizmu i hotelijerstvu, analiziraju ponašanje zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu, analiziraju organizacijske probleme u uvjetima promjenjive okoline. Student će moći kreirati i argumentirati potencijalne aktivnosti za efikasniji razvoj organizacijskih sustava u turizmu i ugostiteljstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će studenti nakon odslušanog i položenog ispita:

1. Prosuđivati teoretske determinante organizacijskog ponašanja;
2. Prosuđivati okruženje turističko-ugostiteljskih poduzeća i predložiti promjene;
3. Razviti sposobnost komuniciranja i razumijevanja zaposlenih;
4. Utvrditi uzroke ponašanja ljudi i primijeniti vještine organizacijskog ponašanja

1.4. Sadržaj predmeta

Cilj i područje organizacijskog ponašanja; Individualno ponašanje; Percepcija i individualno odlučivanje, Razumijevanje motivacije, Grupno ponašanje u organizaciji; Komunikacija; Sukobi u organizaciji; Organizacijska kultura; Upravljanje ljudskim resursima; Organizacijske promjene.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari



1.7. Obveze studenata							
Pohađati nastavu uz aktivno sudjelovanje, te izvršavanje nastavnih obveza.							
1.8. Praćenje ¹⁸ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,3	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Robbins, S. P., Judge, T. A. (2009). Organizacijsko ponašanje. Zagreb: Mate, d.o.o.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Robbins, P. S. (1996). Bitni elementi organizacijskog ponašanja, Zagreb: Mate, d.o.o.							
2. Mullins, J. L. (2001). Hospitality Management and Organisational Behaviour. Harlow, London, New York: Pearson Longman							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Robbins, S.P. Judge, T.A. (2009.) Organizacijsko ponašanje, Zagreb: Mate, d.o.o.						20	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

¹⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	
Naziv predmeta	Opskrbni lanci u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1.godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s pojmom opskrbnog lanca, specifičnostima opskrbnih lanaca u turizmu i ugostiteljstvu, te utjecajem opskrbnih lanaca na kvalitetu i konkurentnost turističke ponude. Studenti će biti u stanju razlikovati složene opskrbe lance u turizmu, definirati njihovu strukturu i mjere za veću učinkovitost. Također će moći odabrati i oblikovati model upravljanja opskrbnim lancem radi postizanja kvalitetnije turističke usluge.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti u stanju:

1. Klasificirati različite vrste opskrbnih lanaca u turizmu
2. Kritički prosuđivati utjecaj pojedinog opskrbnog lanca na kvalitetu turističke ponude
3. Vrednovati različite opcije opskrbnih lanaca prema unaprijed definiranim kriterijima za postizanje planiranog cilja.

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i koncepcija opskrbnog lanca. Opskrbni lanac turističke usluge. Tipizacija opskrbnih lanaca u turizmu. Upravljanje opskrbnim lancima/kapaciteom i isporukom usluge. Vrijednosni lanac. Organizacijska podloga opskrbnih lanaca. Održivi opskrbni lanci.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u njoj, te redovito izvršavanje nastavnih obaveza.

1.8. Praćenje¹⁹ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,2	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0.5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,5
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Bloomberg,D.J., LeMay S., Hanna J.B.(2006). Logistika, Mate d.o.o. (prijevod); odabrana poglavlja
2. Jacobs, F.R. & Chase, R.B.(2018). Upravljanje operacijama i lancem opskrbe, Zagreb, Mate d.o.o. (prijevod); odabrana poglavlja
3. Mrnjavac,E.(2010). Logistički menadžment u turizmu, Opatija, FMTU; odabrana poglavlja

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Fawcett,P.(2000). Managing Passenger Logistics, London, Kogan page
2. Porter,M.E.(2013). Konkuretska prednost-postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb, Masmedia (prijevod)

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Bloomberg,D.J., LeMay S., Hanna J.B.(2006). Logistika, Mate d.o.o. (prijevod)	5	30
Jacobs, F.R. & Chase, R.B.(2018). Upravljanje operacijama i lancem opskrbe, Zagreb, Mate d.o.o. (prijevod)	5	30
Mrnjavac,E.(2010). Logistički menadžment u turizmu, Opatija, FMTU	15	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Lorena Bašan	
Naziv predmeta	Marketing turističke destinacije i održivost	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Osnovni ciljevi predmeta su:

1. upoznati studente s važnošću održivosti i razumijevanjem primjene koncepta održivosti i održivog marketinga u kontekstu turističke destinacije
2. osposobiti studente za primjenu stečenog teoretskog marketinškog znanja u konkretan kontekst održivosti pojedine turističke destinacije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita iz ovog predmeta očekuje se da će studenti biti u stanju:

1. kritički prosuđivati koncepte održivog razvoja turizma i održivog marketinga u kontekstu turističke destinacije
2. klasificirati ključne kriterije segmentacije tržišta za održivost destinacije i čimbenike koji utječu na ponašanje zelenih potrošača
3. utvrditi značajke održivosti u brandiranju i održive konkurentske prednosti turističke destinacije
4. procijeniti primjenu održivih marketinških instrumenata i strategija u turističkoj destinaciji
5. preporučiti mjere unapređenja primjene održivosti, te smjernice za održivi marketing i post-krizni marketing u turističkoj destinaciji.

1.4. Sadržaj predmeta

Tržište turističkog proizvoda destinacije i održivost – promjene u turističkoj ponudi i potražnji; Pojam, obilježja i značaj turističke destinacije; Održivi razvoj turizma i društveno odgovorno poslovanje u turističkoj destinaciji; Pojam održivog marketinga i razlike u odnosu na konvencionalni marketing; Uloga marketinga u održivom razvoju turističke destinacije; Segmentiranje, izbor i pozicioniranje za održivost turističke destinacije; Osobitosti zelenih potrošača i održiva potrošnja; Održiva konkurentska prednost



turističke destinacije; Aspekt održivosti u brandiranju destinacije; Posebnosti održivog turističkog proizvoda destinacije i inovacije za održivost; Cijena održivog turističkog proizvoda; Ekološki odgovorno upravljanje opskrbnim lancem u kontekstu turističke destinacije; Održiva marketinška komunikacija; Primjeri dobre prakse održivosti u turističkim destinacijama

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	--

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave, aktivnost na nastavi, izrada i prezentacija projektnog zadatka, kolokviji, završni ispit

1.8. Praćenje ²⁰ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

1. Nefat, A.: Strategije održivog marketinga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2019.
2. Berc Radišić, B.: Marketing turističkoga proizvoda destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
3. Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Pike, S.: Destination marketing – essentials, Second edition, Routledge, 2015.
2. Nefat, S.: Zeleni marketing, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2015.
3. Belz, F.M., Peattie, K.: Sustainability Marketing: A Global Perspective, Second edition., Wiley, 2012.
4. Martin, D., Schouten, J.: Sustainable Marketing, Pearson Education, 2012.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu
--

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Nefat, A.: Strategije održivog marketinga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2019.	5	30
Berc Radišić, B.: Marketing turističkoga proizvoda destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.	17	30

²⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.	21	30
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Romina Alkier	
Naziv predmeta	Ruralni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je argumentirano obrazložiti ulogu i važnost ruralnog turizma u razvoju i unaprjeđenju turističke ponude destinacije. Pritom se naglasak stavlja na kritičko prosuđivanje koncepta ruralnog turizma, procjenu karakteristika, učinaka i stanja ruralne turističke ponude u destinaciji, praćenje promjena u stavovima turističke potražnje i organizacije turističke ponude u ruralnim destinacijama i na seoskim turističkim gospodarstvima. Posebna se pozornost također posvećuje utvrđivanju povijesnog i pravnog okvira ruralnog turizma, praćenju domaćih i inozemnih razvojnih trendova ruralnog turizma, te prikladnom kombiniranju stečenih teorijskih znanja prilikom planiranja razvojnih i marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će nakon položenog ispita studenti moći:

1. kritički prosuđivati koncept ruralnog turizma;
2. argumentirano obrazložiti važnost i ulogu ruralnog turizma u suvremenoj turističkoj ponudi;
3. procijeniti karakteristike, učinke i stanje ruralne turističke ponude u destinaciji;
4. utvrditi povijesni i pravni okvir ruralnog turizma;
5. kombinirati stečena teorijska znanja u planiranju razvojnih i marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije.

1.4. Sadržaj predmeta

Nastanak i razvoj ruralnog turizma; Prirodna osnova i ruralni turizam; Povijesni i pravni okvir ruralnog turizma; Činitelji razvoja ruralnih oblika turizma; Učinci ruralnog turizma; Ruralni turizam i okoliš – turizam održivog razvoja; Turističke potrebe i profil turista u ruralnom turizmu; Ambijentalni resursi i ljudski potencijali u ruralnom turizmu; Turističke atrakcije i ruralni turizam; Gastronomska ponuda u ruralnom turizmu; Model financiranja ruralnog turizma; Marketing u ruralnom turizmu; Aktualno stanje ruralnog turizma u RH; Pretpostavke razvoja seljačkog (agro) i ostalih ruralnih oblika turizma; Ruralni turizam u Europi



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u sklopu nastave, izrada i prezentacija seminarskog rada, pisanje eseja na zadanu temu, te učenje za kolokvije i završni pismeni ispit.							
1.8. Praćenje ²¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici 2. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Meridijani. 2. Grupa autora (2007.). Ruralni turizam (skripta). Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodoslovno-matematički fakultet u Novom Sadu							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici						5	30
Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.						5	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim							

²¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	
Naziv predmeta	Tehnike pregovaranja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija i vještina analize pregovaračkog susreta u svrhu formulacije pregovaračkih taktika i strategija. Upravljanjem emocijama, rješavanjem konflikata i razvojem komunikacijskih vještina, studenti će identificirati svoju pregovaračku osobnost u domaćim i međunarodnim pregovaračkim prilikama, poštujući kulturalne različitosti i etička načela. Usvajanjem općih znanja potrebnih za poslovno pregovaranje i persuazivnu komunikaciju te stjecanjem vještina za pripremu, organizaciju i izvođenje uspješnih pregovaračkih procesa, studenti će kritički promisliti o upotrebi kreativnosti, igara i mudrosti u poslovnim pregovorima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

1. Usporediti karakteristike pregovaračkih načela, strategija i taktika u pregovaračkom procesu.
2. Procijeniti važnost komunikacijskih vještina, kompetencija upravljanja emocijama i rješavanja konflikata u provođenju uspješnog pregovaračkog procesa.
3. Prosuditi vrijednost pregovaračke osobine, pregovaračke moći i pregovaračke poluge u kroskulturalnom pregovaranju.
4. Formulirati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.
5. Odabrati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u persuazivnu komunikaciju.
2. Karakteristike pregovaranja.
3. Pristupi i strategije pregovaranja.
4. Priprema za pregovarački proces.
5. Pregovaračke taktike prodavača.
6. Pregovaračke taktike kupca.



7. Osobnost pregovarača. 8. Komunikacijske vještine u pregovaranju. 9. Upravljanje emocijama u pregovaranju. 10. Rješavanje konflikta u pregovaranju. 11. Pregovaranje u međunarodnom tržištu. 12. Etika i kultura u pregovaranju. 13. Kreativnost, igra i mudrost u pregovaranju.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.8. Praćenje ²² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb. 2. Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> , Mate, Zagreb.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Rudd, J. E., & Hughes, D. T. (2019). <i>Negotiation Preparation in a Global World: Symptoms of Success and Failure</i> . Routledge. 2. Baber, W. W., & Fletcher-Chen, C. C. (2020). <i>Practical Business Negotiation</i> . Routledge.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb.						5	30

²² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> , Mate, Zagreb.	5	30
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Ekonometrija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Marketing u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Razvijanje općih i specifičnih kompetencija nužnih za povezivanje ekonomske teorije, statističkog i matematičkog instrumentarija u svrhu ekstrapolacije, ekonometrijskog modeliranja i tumačenja informacija dobivenih analizom empirijskih podataka koji se odnose na suvremena kretanja u turizmu i hotelskoj industriji.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Pravilno interpretirati temeljne pojmove iz područja ekonometrije
2. Prepoznati i imenovati odgovarajuće ekonometrijske metode
3. Koristiti ekonometrijsku računalnu potporu za ocjenjivanje i analiziranje ekonometrijskih modela
4. Samostalno analizirati i tumačiti ekonometrijsku analizu temeljenu na empirijskim podacima iz suvremenih kretanja turističko-hotelske prakse
5. Kritički analizirati i interpretirati istraživanja, diskusije i ostale radove iz područja ekonometrije

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u ekonometriju (Definicija ekonometrije. Razvoj ekonometrije. Interdisciplinarnost ekonometrije. Ciljevi ekonometrijskog istraživanja. Etape ekonometrijskog istraživanja. Ekonometrijski modeli.). Regresijska analiza (Značenje regresije. Model s dvije varijable. Regresijska funkcija populacije i regresijska funkcija uzorka. Metoda najmanjih kvadrata. Svojstva regresijskih parametara i testiranje hipoteza. Klasični linearni regresijski model. Mjerenje pouzdanosti odnosno prilagođenosti regresijskog modela: koeficijent determinacije. Testiranje statističke značajnosti regresijskog modela. Prikazivanje rezultata regresijske analize.). Višestruki linearni regresijski model (Linearni regresijski model s tri varijable. Pretpostavke višestrukog linearnog regresijskog modela. Ocjenjivanje parametara i testiranje hipoteza.). Ocjenjivanje u uvjetima neispunjenih pretpostavki klasičnog modela (Multikolinearnost. Autokorelacija. Heteroskedastičnost.). Specifikacija ekonometrijskog modela i predviđanje ekonometrijskim modelom. Kvalitativne regresorske varijable. Dummy varijable konstantnog člana. Sezonske dummy varijable.



Binarne zavisne varijable. Statički i dinamički regresijski modeli. Temeljni postulati primijenjene ekonometrije (Primjena ekonometrijskih metoda i tehnika na područje turizma i hotelijerstva. Specifikacija ekonometrijskih modela na primjere iz prakse. Ekonometrijska programska potpora. Predočavanje, interpretiranje i analiziranje rezultata ekonometrijske analize pomoću programske potpore.)

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	---

1.6. Komentari

Predavanja, seminari, radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i vježbe omogućit će studentima detaljnije analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja.

1.7. Obveze studenata

Student je dužan izraditi samostalne zadatke, uz korištenje obavezne i dopunske literature, te ostalih dostupnih izvora, te na taj način demonstrirati stečena znanja, vještine i sposobnosti iz odabranog područja predmeta. Studentima je omogućen timski rad, no preporuča se i samostalno istraživanje.

1.8. Praćenje²³ rada studenata

Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	1,5	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

Baldigara, T., Gregorić, M. & Mušanović, J. (2020). Ekonometrija. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. (e-udžbenik)

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Bahovec, V. & Erjavec, N. (2009). Uvod u ekonometrijsku analizu. Zagreb: Element.
2. Jurun, E. (2007). Kvantitativne metode u ekonomiji. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
3. Jurun, E., Pivac, S. & Arnerić, J. (2006). Primijenjena ekonometrija 1. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <http://inet1.ffst.hr/images/50013808/statistika.pdf>.
4. Davidson, R. & MacKinnon, J.G. (2004). Econometric theory and methods. New York: Oxford University Press. Dostupno na: <http://econ.queensu.ca/ETM/>.
5. Jovičić, M. (2002). Ekonometrijski metodi. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu, CID.
6. Lovrić, Lj. (2005). Uvod u ekonometriju. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet.
7. Zellener, A. & Palm, C.F. (2004). The Structural Econometric Time Series Analysis Approach. Cambridge: Cambridge University Press. Dostupno na:

²³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



<http://www.cambridge.org/aus/catalogue/catalogue>.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Baldigara, T., Gregorić, M. & Mušanović, J. (2020). Ekonometrija. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. (e-udžbenik)	PDF	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	
Naziv predmeta	Digitalni marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj je predmeta studente upoznati sa specifičnostima upravljanja marketinškim aktivnostima u digitalnom okruženju, s ciljem stjecanja kompetencija za razvoj marketinških aktivnosti primjenom digitalnih tehnologija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Objasniti temeljne pojmove i koncepte u području digitalnog marketinga
2. Analizirati i vrednovati marketinški značaj komunikacijskih alata u digitalnom okruženju
3. Napisati i prezentirati marketinški plan za organizaciju/marku/proizvod u digitalnom okruženju
4. Primijeniti različite oblike digitalnog marketinga u komunikaciji s ciljnim tržištem

1.4. Sadržaj predmeta

Pojmovno određenje digitalnog marketinga. Specifičnosti procesa marketinških istraživanja u digitalnom okruženju. Obilježja marketing miksa u digitalnom okruženju. Strateško planiranje u digitalnom marketingu. Trendovi u digitalnoj marketinškoj i brend komunikaciji: gamifikacija, storytelling, virtualna i proširena stvarnost. Inbound marketing i digitalno oglašavanje. Marketing pretraživača – Search Engine Marketing (SEM), Search Engine Optimization (SEO). Kontekstualno oglašavanje. Marketing putem društvenih medija: Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest, blog. Marketing sadržaja - kreiranje i upravljanje sadržajem. Mobilni i E-mail marketing. Ekonomija dijeljenja i platforme. Influencer marketing. E – poslovanje u digitalnom okruženju: karakteristike digitalnog marketinga u turizmu i hotelijerstvu.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo



1.6. Komentari		Predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“					
1.7. Obveze studenata							
Redovito prisustvovanje nastavi i aktivno sudjelovanje u izvođenju nastave, izrada i prezentacija projektnog zadatka, izrada praktičnog rada, analiza studije slučaja, polaganje dva kolokvija, polaganje završnog ispita.							
1.8. Praćenje ²⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	0,5
Portfolio		Studija slučaja	0,2				
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Ružić, D., Biloš, A. & Turkalj, D. (2014). E – marketing (3. izd.). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet.							
2. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Filipović, J. (2021): Digitalni marketing, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet							
2. Hanlon A. & Tuten, T. L. (2022): The SAGE Handbook of Digital Marketing. Thousand Oaks: SAGE.							
3. Hanlon, A. (2019). Digital marketing: strategic planning & integration. Thousand Oaks: SAGE.							
4. Tuten, T. L. (2021): Social Media Marketing. Thousand Oaks: SAGE							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Ružić, D., Biloš, A. & Turkalj, D. (2014). E – marketing (3. izd.). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet.						5	30
Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju.						5	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku							

²⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	
Naziv predmeta	Integrirana marketinška komunikacija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Temeljni cilj kolegija je razvoj vještina potrebnih za osmišljavanje i provođenje cjelovite integrirane marketinške komunikacije. Upoznavanjem teorijskih koncepata poslovne koncepcije integriranih marketinških komunikacija i analizom specifičnosti turističkog tržišta, studenti će biti osposobljeni za kreiranje plana integrirane marketinške komunikacije, odabir načina provođenja te mjerenje učinkovitosti istog. Studenti će na primjerima iz pakse preispitati društvenu i etičku prikladnost marketinških komunikacija odabranih organizacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Interpretirati i povezati temeljne kategorije i koncepte integrirane marketinške komunikacije
2. Analizirati specifičnosti procesa marketinške komunikacije ovisno o različitim tržišnim uvjetima i tipovima organizacija
3. Procijeniti ulogu pojedinih medija u ostvarivanju postavljenih ciljeva, kreirajući optimalni promocijski miks
4. Osmisliti i prezentirati cjeloviti plan komunikacije jednog turističkog objekta, predložiti proces implementacije
5. Preispitati i opravdati društvenu, etičku i zakonodavnu prikladnost marketinške komunikacije odabrane organizacije

1.4. Sadržaj predmeta

Komunikacija kao instrument marketinga. Uloga, oblici i ciljevi integrirane marketinške komunikacije. Proces promocijskog planiranja i analiza komunikacijskog procesa. Oblikovanje promocijskog plana. Upravljanje oglašavanjem. Unapređenje prodaje. Odnosi s javnošću i publicitet. Osobna prodaja. Izravna marketinška komunikacija. Mjerenje i praćenje učinkovitosti integrirane marketinške komunikacije. Primjena modernih tehnologija i digitalnih alata u funkciji integrirane marketinške komunikacije. Integrirana marketinška komunikacija u turizmu i ugostiteljstvu. Društveni, etički i pravni aspekti integrirane marketinške komunikacije.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari	Predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“						
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u nastavnim aktivnostima, izrada plana integriranih marketinških aktivnosti te prezentacija rada, provedba istraživanja marketinških komunikacija, pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.8. Praćenje ²⁵ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,5
Projekt	1	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Čuić Tanković, A. (2021): Integrirana marketinška komunikacija, Materijali s predavanja 2. Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio. (odabrana poglavlja) 3. Kotler, P., Keller, K. L. & Martinović Maja (2014). Upravljanje marketingom (14. izd.). Zagreb: MATE. (odabrana poglavlja)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. McCabe, S. (2009). Marketing Communications in Tourism & Hospitality. Oxford: Elsevier. 2. Lawrence, A. (2014). Principles of Integrated Marketing Communications. Cambridge: University Press.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio. (odabrana poglavlja)						1	30
Kotler, P., Keller, K. L. & Martinović Maja (2014). Upravljanje marketingom (14. izd.). Zagreb: MATE. (odabrana poglavlja)						4	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							

²⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Christian Stipanović	
Naziv predmeta	Poslovna inteligencija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi su postavljeni na dvije razine: upoznati studenta s teorijskim determinantama poslovne inteligencije i implementirati stečena znanja i vještina u primjeni poslovne inteligencije i interakciji s novim strateškim usmjerenjima u poduzeću u funkciji efikasnijeg poslovnog odlučivanja i inoviranja koncepcije razvoja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Student će nakon položenog ispita biti sposoban:

1. prosuđivati teorijske determinante poslovne inteligencije i njene interakcije s novim strateškim usmjerenjima suvremenog hotelsko-turističkog poduzeća
2. predložiti načine analize konkurenata i metode zaštite ključnih vlastitih informacija
3. usporediti načine transformacije podataka u informacije i znanja o konkurentima u sadašnjosti i budućnosti
4. formulirati načine primjene poslovne inteligencije u koncepciji razvoja i poslovnom odlučivanju
5. predvidjeti izazove i trendove razvoja poslovne inteligencije u budućnosti

1.4. Sadržaj predmeta

Teorijske determinante i sastavnice modela poslovne inteligencije. Struktura i funkcije modela poslovne inteligencije. Poslovna inteligencija u koncepciji razvoja suvremenog poduzeća. Upravljanje podacima, informacijama i znanjem u funkciji poticanja promjena. Sigurnosna politika i korporacijska sigurnost. Skladištenje podataka, ETL, OLAP. Rudarenje podacima. Informacijski i ekspertni sustavi. Značaj kadrova u poslovnoj inteligenciji. Posebnosti poslovne inteligencije u turizmu i ugostiteljstvu. Poslovna inteligencija u funkciji razvoja hotelsko-turističkog poslovanja. Sinergija poslovne inteligencije i novih strateških usmjerenja. Implementacija poslovne inteligencije u hrvatskom turizmu i gospodarstvu. Praktični primjeri poslovne inteligencije. Perspektiva razvoja poslovne inteligencije.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja | <input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci |
| <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice | <input type="checkbox"/> multimedija i mreža |
| <input type="checkbox"/> vježbe | <input type="checkbox"/> laboratorij |



		<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji		<input type="checkbox"/> mentorski rad	
		<input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. <i>Komentari</i>					
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit.					
1.8. <i>Praćenje²⁶ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat	
Portfolio		Prezentacija seminarskog rada	0,2		
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bilandžić, M., Lucić, D. (2018): Business intelligence u hrvatskom gospodarstvu. rezultati istraživanja 2017., Poslovna izvrsnost, Vol. 12, No.1, pp, 9-31 2. Fuchs, M., Höpken, W., Lexhagen, M. (2017): Business Intelligence for destinations: Creating knowledge from social media. In: Sigala, M., Gretzel, U. (eds.) Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality – New Perspectives, Practice and Cases, Routledge, London, pp. 290-310. 3. Höpken, W., Fuchs, M. (2021): Business Intelligence in Tourism. In: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds) Handbook of e-Tourism. Cham: Springer 4. Kopal, R., Korkut, D. (2014): Tehnike kompetitivne analize. Zagreb: Effectus. 5. Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., Höpken, W. (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: a systematic literature review. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 30 (12), pp. 3514-3554, 6. Nyanga, C., Pansiri, J., Chatibura, D. (2020): Enhancing competitiveness in the tourism industry through the use of business intelligence: a literature review. Journal of Tourism Futures, Vol. 6, No. 20, pp. 139-151 7. Panian, Ž. (2007): Poslovna inteligencija – Studije slučajeva iz hrvatske prakse. Zagreb: Narodne novine d.d. 8. Rindele-Ma, S., Grossmann, W. (2016), Fundamentals of Business Intelligence, Heidelberg: Springer. 9. Sigala, M., Rahimi, R., Thelwall, M. (2019): Big Data and Innovation in Tourism, Travel and Hospitality - Managerial Approaches, Techniques and Application. Singapore: Springer 					

²⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



10. Sharda, R. (2014): Business Intelligence and Analytics: Systems for Decision Support. Harlow: Pearson Education Limited.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.	10	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	
Naziv predmeta	Komparativni fiskalni sustavi	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je pružiti studentima uvid u teorijsko i praktično funkcioniranje fiskalnih sustava i fiskalnih politika drugih država u svijetu, osim Republike Hrvatske. Osim toga, studenti će usporediti djelovanje fiskalnih sustava različitih zemalja svijeta te valorizirati utjecaj fiskalnog sustava na gospodarstvo pojedinih zemalja svijeta.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita, studenti će:

1. pravilno prezentirati načine funkcioniranja fiskalnih sustava i politike pojedinih zemalja svijeta
2. usporediti fiskalne oblike i specifične porezne zakonitosti pojedinih zemalja svijeta
3. valorizirati utjecaj fiskalnog sustava na gospodarstvo pojedinih zemalja svijeta

1.4. Sadržaj predmeta

Karakteristike fiskalnih sustava svijeta. Ciljevi fiskalnih sustava i temeljni fiskalni oblici. Ciljevi i načela fiskalnog zahvaćanja. Harmonizacija fiskalnih sustava. Fiskalan sustav Republike Hrvatske. Uloga asocijacija u harmonizaciji fiskalnih sustava.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Uz obvezno pohađanje nastave (75%) za redovite studente, za pristupiti ispitnom rokovima, studenti moraju kroz svoje samostalne zadatke te kontinuiranu provjeru znanja prikupiti 35%.



1.8. <i>Praćenje²⁷ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,7	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Roller, D. (2009). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – osnovni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja) 2. Roller, D. (2013). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – posebni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Blažić, H. (2006). Usporedni porezni sustavi – oporezivanje dohotka i dobiti. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakulteta (odabrana poglavlja) 2. Bajo, A., Primorac, M., & Andabaka Badurina, A. (2010). Osnovne upravljanja javnim dugom. Zagreb: Institut za javne financije (odabrana poglavlja) 3. International Bureau of Fiscal Documentation. (2019). online database (www.ibfd.org) – Amsterdam.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Roller, D. (2009). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – osnovni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)						35	30
Roller, D. (2013). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – posebni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)						35	30
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

²⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	
Naziv predmeta	Međunarodno kretanje kapitala	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj kolegija je da se studenti upoznaju sa osnovnim teoretskim cjelinama koje se izučavaju u sklopu međunarodnog kretanja kapitala kao što su: pojam međunarodnog kretanja kapitala, oblici međunarodnog kretanja kapitala (javni kapital, privatni kapital), vrste međunarodnog kretanja kapitala (kratkoročni kapital, srednjoročni kapital dugoročni kapital), strane direktne investicije, portfolio investicije, međunarodni krediti (zajmovni kapital), financijska globalizacija, kretanje kapitala u offshore financijskim centrima, motivi i trendovi u međunarodnom kretanju kapitala, međunarodno projektno financiranje, itd.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuditi ključne koncepte, teorije i temeljne pojmove međunarodnog kretanja kapitala i međunarodnog monetarnog i financijskog sustava
2. Utvrditi važnost javnog i privatnog kapitala, kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog kapitala, te kretanje kapitala u offshore financijskim centrima
3. Vrednovati područja znanja iz međunarodnog kretanja kapitala
4. Kritički preispitati značaj i ulogu međunarodnih financijskih institucija u međunarodnom kretanju kapitala
5. Osmisliti i samostalno oblikovati istraživanje i odabrati prikladne metode istraživanja

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u međunarodni monetarni i financijski sustav i međunarodno kretanje kapitala.

Financijska globalizacija.

Međunarodno kretanje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog kapitala.

Strane direktne investicije.

Međunarodne portfolio investicije.

Međunarodno kretanje zajmovnog kapitala.



Međunarodni investicijski projekti i međunarodno projektno financiranje.

Country risk i međunarodno kretanje kapitala.

Međunarodne financijske institucije i međunarodno kretanje kapitala.

Regionalne financijske institucije i međunarodno kretanje kapitala.

Offshore i ostali međunarodni financijski centri.

Međunarodne financijske prijevare.

Pranje novca i financiranje terorizma.

Suvremeni oblici međunarodnog kretanja kapitala.

Financijske krize i problemi međunarodne zaduženosti.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave i ostale obveze predviđene studijskim programom.

1.8. Praćenje²⁸ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Vizjak, A. & Mujačević, E. (2011). Međunarodni monetarni fond i Hrvatska – postanak ustroj i razvoj. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Madura, J. (2011). International Financial Management. New York: South-Western College Pub.
2. Scott, H. (2010). International Finance, Transactions, Policy, and Regulation (17th ed.). New York: Foundation Press.
3. Eun, C. & Resnick, B. (2011). International Financial Management. New York: Mcgraw-Hill/Irwin.
4. Stakić, B. (2012). Međunarodne finansijske institucije. Beograd: Univerzitet Singidunum.
5. Stakić, B. & Barać, S. (2010). Međunarodne finansije. Beograd: Univerzitet Singidunum

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

²⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Vizjak, A. & Mujačević, E. (2011). <i>Međunarodni monetarni fond i Hrvatska – postanak ustroj i razvoj. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</i>	11	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Nautički turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj kolegija je ukazati na značaj nautičkog turizma s obzirom da je Republika Hrvatska nautički turizam pozicionirala kao djelatnost od strateškog interesa. Također i iskazati i identificirati pojedine oblike nautičkog turizma kao i ulogu luka nautičkog turizma, a posebice marina u gospodarskom razvoju Hrvatske i Mediterana. Analizira se način razvijanja male privrede pod utjecajem razvoja marina te model strateškog razvoja na hrvatskoj obali.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će biti sposobni:

1. Procijeniti turističko tržište i tržišnu poziciju nautičkog turizma.
2. Primijeniti specifična znanja procesnih funkcija upravljanja marinama, lukama nautičkog turizma u kruzing industriji te u poslovanju čarter tvrtki.
3. Procijeniti rezultate znanstvenih i stručnih istraživanja iz područja nautičkog turizma s ciljem obogaćivanja turističke ponude destinacije.

1.4. Sadržaj predmeta

Kolegij definira područje nautičkog turizma. Raspravlja se o globalnom kretanju na svjetskom turističkom tržištu i u Republici Hrvatskoj. Nadalje se definira pojam, značaj i sadržaj nautičkog turizma kroz slijedeće teme:

Pojmovno određenje i karakteristike nautičkog turizma: Pojam i definicija nautičkog turizma. Oblici nautičko turističkog prometa. Plovne jedinice u nautičko turističkom prometu.

Razvoj nautičkog turizma: Razvoj nautičkog turizma u svijetu. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Faktori razvoja nautičkog turizma: Prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma: Glavni prirodni resursi razvoja nautičkog turizma (reljef, hidrografski resursi i klimatski elementi); Prirodni kapaciteti hrvatske obale, otoka i mora (obalni prostor u funkciji turističkog razvoja, potencijali hrvatske obale valorizirani prostornim planovima); Ekonomske karakteristike prirodnih turističkih resursa; Tržišni uvjeti razvoja nautičkog turizma: trendovi razvoja nautičkog turizma u Svijetu, čarter usluge, kružna putovanja;



Karakteristike razvoja nautičko turističkog prometa na hrvatskoj obali: Razvojni procesi; Kapaciteti ponuda u lukama nautičkog turizma; Potencijali nautičko turističke ponude na jadranskoj obali Hrvatske.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	--

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Aktivno sudjelovanje u nastavi, izrada i obrana seminarskog rada, kolokviji i završni ispit.

1.8. Praćenje ²⁹ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	0,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

- Gračan, D., Alkier, Radnić, R., Uran, M. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji.
- Luković, T. i koautori (2015). Nautički turizam Hrvatske. Split: Redak.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

- Martínez Vázquez, R. M. (2020). Nautical Tourism: A Bibliometric Analysis, Journal of Spatial and Organizational Dynamics, Vol 8, Iss 4, Pp 320-330
- Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T. (2016). Nautical Tourism in Croatia: Current Situation and Outlook. Tourism & Hospitality Industry, Congress proceedings, p. 66-79.
- Peručić, D. (2013). Cruising-turizam - razvoj, strategije i ključni nositelji. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku.
- Luković, T. (2013). Nautical Tourism. UK: CABI

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu
--

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gračan, D., Alkier, Radnić, R., Uran, M. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji.	17	30
Luković, T. i koautori (2015). Nautički turizam Hrvatske. Split: Redak.	6	30

²⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	
Naziv predmeta	Vrednovanje poduzeća	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
Cilj je predmeta studente upoznati s specifičnostima različitih metoda vrednovanja poduzeća s posebnim naglaskom na turizam te da steknu potrebne kompetencije jednostavnijega vrednovanja primjenom odabranih metoda.		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban: <div><div>1. Povezati temeljne pojmove vrednovanja poduzeća s motivima i činiteljima za vrednovanje vlasnika i potencijalnih kupaca.</div><div>2. Kritički prosuditi prednosti i nedostatke odabranih metoda vrednovanja poduzeća</div><div>3. Vrednovati odabrano poduzeće primjenom jednostavnijih metoda procjene</div></div>		
1.4. Sadržaj predmeta		
Polazno razumijevanje vrednovanja poduzeća. Motivi i činitelji vrednovanja poduzeća (hotelskih). Metode vrednovanja (najčešće korištene metode u turizmu). Osnovna obilježja i primjeri izabranih metoda u turizmu. Organizacija i evidentiranje procesa vrednovanja poduzeća.		
1.5. Vrste izvođenja nastave	<div><input checked="" type="checkbox"/> predavanja</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice</div> <div><input type="checkbox"/> vježbe</div> <div><input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji</div> <div><input type="checkbox"/> terenska nastava</div>	<div><input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci</div> <div><input type="checkbox"/> multimedija i mreža</div> <div><input type="checkbox"/> laboratorij</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad</div> <div><input type="checkbox"/> ostalo</div>
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		
Pohađanje nastave, izrada projektnoga zadatka i eseja, pisanje kolokvija i završnoga ispita.		



1.8. <i>Praćenje³⁰ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Perić, J. (2005). Osnove vrednovanja poduzeća. Rijeka: Fintrade & tours.							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Kolačević, S. & Hreljac, B. (2012). Vrednovanje poduzeća (2. izd.). Zagreb: TEB.							
2. Sprčić Miloš, D. & Orešković Sulje, O. (2012). Procjena vrijednosti poduzeća: Vodič za primjenu u poslovnoj praksi. Zagreb: Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.							
3. Fazzini, M. (2018). Business Valuation: Theory and Practice. Cham: Palgrave Macmillan.							
4. Damodaran, A. (2018). The Dark Side of Valuation: Valuing Young, Distressed, and Complex Businesses (3 rd Ed). Pearson Education							
5. Corelli, A. (2017). Inside Company Valuation. Berlin: Springer.							
6. Damodaran, A. (2017). Narrative and Numbers: The Value of Stories in Business. New York: Columbia University Press.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
<i>Naslov</i>						<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Perić, J. (2005). Osnove vrednovanja poduzeća. Rijeka: Fintrade & tours.						50	30
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Greta Krešić	
Naziv predmeta	Nutricionizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Osposobiti studente da prepoznaju prehrambenu vrijednost pojedinih komponenti hrane te njihovu ulogu u okviru planiranja pravilne uravnotežene prehrane. Kritički prosuditi specifičnosti prehrambenih potreba pojedinih populacija te primijeniti stečena znanja u oblikovanju ugostiteljske ponude u skladu sa prehrambenim specifičnostima pojedinih populacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Procijeniti specifičan prehrambeni značaj pojedinih komponenti hrane.
2. Preporučiti odabir hrane u skladu s načelima pravilne prehrane
3. Kritički prosuditi prehrambene potrebe pojedinih populacija (tjelesno aktivni pojedinci, djeca, žene kroz različita fiziološka stanja, osobe starije životne dobi).
4. Planirati ugostiteljsku ponudu uzimajući u obzir specifičnosti prehrambenih potreba pojedinih populacija

1.4. Sadržaj predmeta

Prehrambena vrijednost hrane. Označavanje hrane. Promjene koje utječu na prehrambenu vrijednost hrane. Energetske i prehrambene potrebe. Uravnotežena prehrana. Prehrana i tjelesna aktivnost. Prehrana djece i adolescenata. Prehrana žena tijekom posebnih fizioloških stanja. Prehrana osoba starije životne dobi. Prilagodba ugostiteljske ponude prehrambenim zahtjevima specifičnih populacija.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Redovito pohađanje nastave, projektni zadatak i završni ispit.

1.8. Praćenje³¹ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Alibabić, V. & Mujić, I. (2016). Pravilna prehrana i zdravlje. Rijeka: Veleučilište u Rijeci
2. Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske (2013) Nacionalne smjernice za prehranu učenika u osnovnim školama. Zagreb.
3. Šatalić, Z., Sorić, M. & Mišigoj-Duraković, M. (2016). Sportska prehrana. Zagreb: Znanje.
4. Šatalić, Z. (2013). 100 (i pokoja više) crtica iz znanosti o prehrani. Zagreb: HDPBN.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Raymond J.L. & Morrow K. (2020) Krause and Mahan's Food & The Nutrition Care Process. Amsterdam. Elsevier.
2. Sienkiewicz Sizer, F. & Whitney, E. (2016). Nutrition concepts and controversies. Boston: Cengage Learning.
3. U.S. Department of Agriculture (2020) Dietary Guidelines for Americans 2020-2025. 9th Edition. Dostupno na: <https://www.dietaryguidelines.gov/>
4. U.S. Department of Agriculture: MyPlate. Dostupno na: <https://www.myplate.gov/>
5. Vranešić, D. & Alebić, I. (2006). Hrana pod povećalom. Zagreb: Profil.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Alibabić, V. & Mujić, I. (2016). Pravilna prehrana i zdravlje. Rijeka: Veleučilište u Rijeci.	dostupno online	30
Šatalić, Z., Sorić, M. & Mišigoj-Duraković, M. (2016). Sportska prehrana. Zagreb: Znanje.	5	30
Šatalić, Z. (2013). 100 (i pokoja više) crtica iz znanosti o prehrani. Zagreb: HDPBN.	dostupno online	30
Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske (2013) Nacionalne smjernice za prehranu učenika u osnovnim školama. Zagreb	dostupno online	30

³¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	
Naziv predmeta	Turizam, terorizam i migracije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je upoznati studente s internacionalizacijom dvaju glavnih izazova 21. stoljeća, terorizma i migracija, te njihovom vezom s turizmom. Studentima će se pružiti znanja potrebna za procjenjivanje povezanosti globalnog turizma, međunarodnih migracija i međunarodnog terorizma.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će nakon ispunjavanja svih obveza predviđenih predmetnim nastavnim planom i programom studenti moći:

1. predvidjeti najznačajnije izazove globalne ekonomije u 21. stoljeću i njihov utjecaj na turizam
2. argumentirati povezanost migracija i turizma te ulogu migracija kao poveznice između turizma i terorizma
3. pismeno i usmeno prezentirati rezultate vlastitog znanstvenog i stručnog istraživanja na temu povezanosti turizma pojedinih destinacija, terorizma, migracija i ostalih sigurnosnih izazova.

1.4. Sadržaj predmeta

Globalizacija svjetske ekonomije
Doba globalnog turizma
Turizam kao alat za razvoj
Teorija turističke sigurnosti
Definiranje, uzroci i korijeni međunarodnog terorizma
Internacionalizacija terorizma
Sigurnosna arhitektura i preventivne mjere kao instrument kreiranja europske politike
Povezanost međunarodnog turizma i terorizma u 21. stoljeću
Ključni koncepti, paradigme i vrste međunarodne mobilnosti
Međunarodne migracije: dominantne teorije
Socio-ekonomski utjecaj međunarodnih migracija
Povezanost međunarodnog turizma i migracija u 21. stoljeću



Migracije kao poveznica turizma i terorizma							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, izrada projektnoga zadatka, kolokviji i završni ispit.							
1.8. Praćenje ³² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0.5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0.9	Kontinuirana provjera znanja	0.6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Nastavni materijal u pripremi 2. Gržinić, J. (2018.). Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. OECD (2020), OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/6b47b985-en . 2. Bodvarsson, Ö. B., Van den Berg, H. (2013). The Economics of Immigration: Theory and Policy; Springer. 3. Korstanje, M. E. (2017). Terrorism, Tourism and the End of Hospitality in the 'West'. Palgrave-Macmillan 4. Deliso, C. (2017). Migration, Terrorism, and the Future of a Divided Europe: A Continent Transformed. Praeger Security International 5. Arslan, C., J.-C. Dumont, Z. Kone, Y. Moullan, C. Ozden, C. Parsons and T. Xenogiani (2014). A New Profile of Migrants in the Aftermath of the Recent Economic Crisis. OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 160, OECD Publishing, http://dx.doi.org/10.1787/5jxt2t3nnjr5-en Castles, S., H. d. Haas and M. J. Miller (2014). The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. 5th edition., Palgrave MacMillan. Chapters: 1, 2, 3, 14. 6. Hoffman, B. (2006). The Internationalization of Terrorism in Inside Terrorism, New York: Columbia University Press.							

³² VAŽNO: Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Martin, G. (2017). Understanding terrorism: Challenges, perspectives and issues. SAGE

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2018.). Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula	e-materijal	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Zrinka Zadel	
Naziv predmeta	Menadžment plaža	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je izučavanje upravljanje plažama, normativnih rješenja u Hrvatskoj i šire te izučavanje alata, koncesija i koncesijskih odobrenja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student biti sposoban:

1. generalizirati i klasificirati temeljne pojmove iz područja plaža i menadžmenta plaža
2. kritički prosuđivati metode analize i vrednovanja plaža
3. ocijeniti te kritički prosuđivati upravljanje plažama

1.4. Sadržaj predmeta

Pojmovno određenje plaža i menadžmenta plaza. Tipologija plaza. Menadžment plaza. Plaža kao resurs. Pravni aspekti plaže. Pokretači, pritisci i utjecaji na plaže. Kontrola pritisaka –primjeri iz prakse. Metode analize i vrednovanje plaže. Ključni elementi menadžmenta plaže. Strateško upravljanje plažama. Menadžment plaža u hrvatskoj-institucionalni okvir. Međunarodni programi evaluacije plaza. Primjeri dobre prakse u Hrvatskoj.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Prisustvo na nastavi. Izrada i obrana seminarskog rada. Esej, polaganje kolokvija i završnog ispita.

1.8. <i>Praćenje³³ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Marković, M., Micallef, A., Povh, D., Williams, A.T. (2010). Održivo upravljanje plažama u Hrvatskoj.</div> <div>2. Brščić, K., Dropulić Ružić, M., Poljuha, D., i sur. (2016). Plaže – proizvod turističkog odredišta, Stavovi i zadovoljstvo korisnika plaža u Istarskoj županiji. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam i Upravni odjel za turizam, Istarska županija.</div>							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Williams, A., Micallef., A. (2012). Beach Management: Principles and Practice.</div> <div>2. Ariza, E.(2007). A System of Integral Quality Indicators as a Tool for Beach Management.</div> <div>3. Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama: N.N. 158/03, 100/04, 141/06, 38/09.</div> <div>4. Zakon o koncesijama: N.N. 143/12.</div>							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
<i>Naslov</i>						<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Marković, M., Micallef, A., Povh, D., Williams, A.T. (2010). Održivo upravljanje plažama u Hrvatskoj.						5	30
Brščić, K., Dropulić Ružić, M., Poljuha, D., i sur. (2016). Plaže – proizvod turističkog odredišta, Stavovi i zadovoljstvo korisnika plaža u Istarskoj županiji. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam i Upravni odjel za turizam, Istarska županija.						5	30
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	
Naziv predmeta	Modeli sustava kvalitete	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
Upoznati studente s modelima sustava kvalitete i osposobiti ih za njihovu primjenu u poslovnoj praksi.		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usporediti modele sustava kvalitete 2. Usporediti načela upravljanja kvalitetom i načela poslovne izvrsnosti 3. Predložiti aktivnosti potrebne za implementaciju načela upravljanja kvalitetom i poslovne izvrsnosti u turističke i hotelske tvrtke 4. Kritički prosuđivati utjecaj primjene načela upravljanja kvalitetom i poslovne izvrsnosti na poslovanje 5. Preporučiti faze za provedbu samoprocjene u turističke i hotelske tvrtke 		
1.4. Sadržaj predmeta		
<p>Pojam i načela sustava upravljanja kvalitetom. Pojam i načela poslovne izvrsnosti. Kvaliteta i konkurentnost. Modeli poslovne izvrsnosti. EFQM model poslovne izvrsnosti. Malcolm Baldrige nagrada za kvalitetu. Demingova nagrada za kvalitetu. Standard ISO 9001 i modeli poslovne izvrsnosti. Samoprocjena - temelj poslovne izvrsnosti. Provedba samoprocjene.</p>		
1.5. Vrste izvođenja nastave	X predavanja X seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	X samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij X mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		



Redovito pohađanje nastave, projekt, završni ispit.							
1.8. Praćenje ³⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Oslić, I. (2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnost – pristupi i modeli. Zagreb: M.E.P. Consult. 2. Nastavni tekst u pripremi (Vrtodušić Hrgović).							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Oakland, J.S. (2014). Total Quality Management and Operational Excellence- text with cases (4th ed.). London, New York: Routledge, Taylor and Francis Group. 2. Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2014). Quality Management for Organizational Excellence – Introduction to Total Quality (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited 3. The EFQM model (2021). Revised 2nd edition, Bruxelles : European Foundation for Quality Management.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Oslić, I. (2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnost – pristupi i modeli. Zagreb: M.E.P. Consult.						6	30
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	
Naziv predmeta	Inovativne tehnologije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa inovativnim tehnologijama u turizmu i hotelijerstvu, mogućnostima koje one pružaju i područjima primjene. Cilj je razviti kod studenata specifične vještine i znanja koja su potrebna za primjenu inovativnih tehnologija u turizmu i hotelijerstvu te za razvoj i kreiranje novih koncepata poslovanja pomoću inovativnih tehnologija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati prednosti i nedostatke korištenja inovativnih tehnologija u turizmu i hotelijerstvu
2. Preispitati moguća područja primjene inovativnih rješenja u svrhu optimizacije poslovanja, personaliziranog korisničkog iskustva i postizanju konkurentnosti
3. Podržati i preporučiti implementaciju inovativnih tehnoloških rješenja u digitalizaciji proizvoda i usluga
4. Samostalno osmisliti i predložiti nove koncepte poslovanja subjekata u turizmu i hotelijerstvu uz istovremeno prepoznavanje novih prilika na tržištu te njihovo iskorištavanje u smislu primjene inovativnih tehnologija

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u inovativne tehnologije u turizmu i hotelijerstvu (pregled općih i specifičnih tehnoloških trendova u turizmu i hotelijerstvu); Tehnologije prepoznavanja glasa (glasovno pretraživanje i upravljanje glasom); Prednosti i nedostaci beskontaktnog plaćanja i kompatibilnost s programima vjernosti; Umjetna inteligencija i robotika u hotelima i restoranima; Glasovni asistenti i njihova uloga u poboljšanju korisničkog iskustva i zadovoljstva; Primjeri korištenja virtulne i proširene stvarnosti u turizmu i hotelijerstvu; Mobilno poslovanje i hotelske aplikacije; Primjena biometrije u turizmu i hotelijerstvu; Pametni hoteli i pametne destinacije bazirane na Internetu stvari (IoT); Kibernetička sigurnost i zaštita privatnosti u turizmu i hotelijerstvu (blockchain tehnologije); Veliki podatci i prediktivna analitika u pružanju personaliziranih



iskustava i upravljanju prihodima; Cloud tehnologija u hotelskoj industriji; Inovativni tehnološki trendovi koji će oblikovati budućnost poslovanja u turizmu i hotelijerstvu

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave (predavanja, seminari, radionice), izrada i prezentacija praktičnih zadataka (case study), analiza slučajeva iz prakse, timski rad, polaganje kolokvija i završnog rada.

1.8. Praćenje³⁵ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,7
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Spremić, M. (2017). Digitalna transformacija poduzeća. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.
2. Pejić Bach, M., Spremić, M. (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Busulwa, R., Evans, N., Oh, A. (2021). Hospitality Management and Digital Transformation, 1st Editions. London & NY: Routledge.
2. Laudon, K.C., Laudon, P.J., Management Information Systems: Managing the Digital Firm, 16th Edition, Pearson Education, 2020.
3. Szymczyk, K., El Emary, I.M.M. (2021). Advanced Trends in ICT for Innovative Business Management, 1st Editions. London & NY: Routledge.
4. Turban, E., Pollard, C., Wood, G. (2021). Information Technology for Management: Driving Digital Transformation to Increase Local and Global Performance, Growth and Sustainability, 12th Edition. Hoboken: Wiley.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
--------	-----------------	----------------

³⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Spremić, M. (2017). Digitalna transformacija poduzeća. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.	5	30
Pejić Bach, M., Spremić, M. (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.	8	30
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	
Naziv predmeta	Digitalna komunikacija u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

2. OPIS PREDMETA**1.14. Ciljevi predmeta**

Cilj ovog kolegija je stjecanje razumijevanja o važnosti primjene digitalnih komunikacija, posebice društvenih medija u suvremenom turizmu. Studenti će razviti svjesnost o brojnim izazovima digitalnog okruženja za turističke subjekte i menadžere turističkih destinacija koji su preduvjet uspješnog poslovanja. Od studenata se očekuje kritičko promišljanje o konceptima i strategijama korištenja digitalnih kanala komunikacije u turističkim destinacijama.

1.15. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.16. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student moći:

6. Analizirati i kritički prosuđivati koncepte korištenja digitalnih kanala komunikacije.
7. Odabrati prikladne oblike komunikacije za digitalno brendiranje.
8. Preporučiti optimalnu strategiju digitalne komunikacije turističkog subjekta.

1.17. Sadržaj predmeta

Tehnološke promjene u globalnom okruženju i trendovi u digitalnoj komunikaciji; digitalna transformacija promocije i prodaje - OTA kanali; strategije digitalnog marketinga; outbound i inbound marketing; utjecaj društvenih mreža na turistička putovanja; interakcija putem društvenih mreža, marketing generiranog sadržaja, mobilni marketing u turizmu; marketing influencera; digitalna brend komunikacija; mjerenje uspješnosti digitalne komunikacije; etika i društvena odgovornost.

1.18. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.19. Komentari**1.20. Obveze studenata**



Predavanja, praktični rad, kolokviji i završni ispit.							
1.21. <i>Praćenje³⁶ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,7
Portfolio							
1.22. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.23. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (Odabrana poglavlja)</div> <div>2. Materijali s predavanja</div>							
1.24. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. European Travel Commission and World Tourism Organization (2014), <i>Handbook on E-marketing for Tourism Destination – Fully revised and extended version 3.0</i>, UNWTO, Madrid.</div> <div>2. Roberta Minazzi (2015) <i>Social Media Marketing in Tourism and Hospitality</i>, Springer</div> <div>3. Antolović, K., i Haramija, P. (2015). <i>Odgovorno oglašavanje: Pravo i etika u tržišnom komuniciranju</i>. Zagreb: K & K Promocija i HURA.</div>							
1.25. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
<i>Naslov</i>						<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (Odabrana poglavlja)						15	30
1.26. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	
Naziv predmeta	Menadžment luksuznih hotela	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni predmet	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je kroz nastavu i izradu projektnih zadataka omogućiti studentima stjecanje novih znanja u području menadžmenta luksuznih hotela i luksuznog hotelijerstva općenito. Studentima će se kroz nastavne aktivnosti osigurati mogućnost upoznavanja sa specifičnostima funkcija planiranja, organiziranja, kadroviranja, vođenja i kontroliranja u luksuznom hotelijerstvu. Studenti će po završetku nastavnog procesa imati sistematizirana znanja o načinu upravljanja luksuznim hotelima i biti će osposobljeni kreirati vlastite primjere specijaliziranih luksuznih usluga za hotelijerstvo.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Definirani su nastavnim planom i programom studija.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Student će nakon odslušanog i položenog predmeta moći:

1. Povezati znanja o planiranju, organizaciji i vođenju luksuznog hotelskog objekta
2. Utvrditi ključne informacije za planiranje i upravljanje poslovanja luksuznog hotela
3. Preporučiti nove proizvode, usluge i doživljaje u cilju unapređenja konkurentnosti i kvalitete ponude luksuznog hotela
4. Usporediti različite segmente ponude luksuznih usluga u hotelskim objektima
5. Kreirati inovativnu ponudu luksuznih usluga za hotelski objekt.

1.4. Sadržaj predmeta

Definiranje pojmova luksuznih usluga i luksuznog hotela. Analiza razvoja luksuznih hotela na turističkom tržištu. Luksuzni hotelski brendovi na turističkom tržištu. Specifičnosti menadžmenta luksuznih hotela. Organizacija poslovnih procesa u luksuznim hotelima. Standardi u luksuznom hotelijerstvu. Posebnosti kadrovskih resursa u luksuznim hotelima. Izazovi u vodstvu luksuznih hotela. Kreiranje ponude luksuznih usluga u hotelijerstvu. Uloga kvalitete i personalizacije usluga u luksuznim hotelima. Značaj upravljanja zadovoljstvom gostiju u luksuznim hotelima. Koncept marketinga luksuznih hotela. Trendovi razvoja ponude u luksuznom hotelijerstvu.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student je obavezan pohađati nastavu uz aktivno sudjelovanje u nastavnom procesu, izvršiti evaluaciju stanja i benchmarking analizu ponude luksuznih usluga u odabranim hotelskim objektima, izraditi projektni zadatak, redovito pristupati kontinuiranom provjerama znanja.							
1.8. Praćenje ³⁷ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,3
Projekt	0,4	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Cerović, Z. (2017) Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Kanani, R. B. (2017) A Wealth of Insight: The World's Best Luxury Hoteliers on Leadership, Management and the future of 5-Star Hospitality, Black Truffle Press. 2. Amatulli, C., De Angelis, M., Stoppani, A. (2021) The appeal of sustainability in luxury hospitality: An investigation on the role of perceived integrity, Tourism Management, Volume 83, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104228 3. Kim, K., Baker, M (2021) Luxury Branding in the Hospitality Industry: The Impact of Employee's Luxury Appearance and Elitism Attitude, Cornell Hospitality Quarterly 2022, Vol. 63(1) 5– 18 4. Shin, M., Back, K-J., Lee, C-K., Lee, Y-S. (2021) The Loyalty Program for Our Self-Esteem: The Role of Collective Self-Esteem in Luxury Hotel Membership Programs, Cornell Hospitality Quarterly 2022, Vol. 63(1) 19-32 5. Kwon, W., Lee, M., Bowen, J. T. (2021) Exploring Customers' Luxury Consumption in Restaurants: A Combined Method of Topic Modeling and Three-Factor Theory, Cornell Hospitality Quarterly 2022, Vol. 63(1) 66-77 6. Ariffin, A. A. M., Maghzi, A., Soon, J. L. M. and Alam, S. S. (2018) "Exploring the Influence of Hospitality on Guest Satisfaction in Luxury Hotel Services", e-Review of Tourism Research, 15(1). Available at: https://ertr-ojs-tamu.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/161							

³⁷ VAŽNO: Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Nguyen Thi Cam Le & Vo Thi Quy (2021) Dimensions of Luxury Hospitality Service Personal Values in Confucian Culture: Scale Development and Validation, Journal of International Consumer Marketing, 33:3, 303-318, DOI: 10.1080/08961530.2020.1777922
8. Sherman, R. (2007) Class Acts, Service and Inequality in Luxury Hotels, University of California Press.
9. Heyes, A. (2021) What is luxury hospitality? A need to move towards a scientific understanding, Research in Hospitality Management, 11:2, 67-69, DOI: 10.1080/22243534.2021.1917919

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Cerović, Z. (2017) Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.	20	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	
Naziv predmeta	Turizam, društvo i kultura	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ishod ovog kolegija, utemeljenog na nizu akademskih disciplina kao što su sociologija, antropologija, kulturna geografija, kao i znanstvenim područjima kao što su razvoj, turizam i kulturološke studije, je pružiti dubinsko razumijevanje povijesnih i suvremenih odnosa između turizma, društva i kulture. Pri tome, kolegij naglašava važnost različitih društvenih znanosti u pružanju ključnih uvida u sam fenomen turizma i znanstvenih tema kao što su reprezentacija, geografska imaginacija, doživljaji samih destinacija; percepcija lokalne kulture i identiteta; odnosi između domaćina i gostiju; sociokulturnih posljedica turizma; kao i povijesni i suvremeni značaj putovanja i različitih oblika turizma kao važnog aspekta kako gospodarskog razvoja i djelovanja tako i šireg društvenog i kulturnog života, i mjesnog identiteta turističkih destinacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. kritički prosuđivati odnose između različitih oblika turizma, društva i kulture u povijesnom i suvremenom kontekstu razvoja turizma u destinacijama oslanjajući se na niz relevantnih teorijskih koncepta i (interdisciplinarnih) znanstvenih uvida
2. prezentirati kritičko razumijevanje reprezentacija, geografske imaginacije i konsumpcije mjesta u turizmu te i implikacija koje iste imaju na destinacije i lokalno društvo
3. integrirati znanje vezano za putovanja i različite oblike turizma kao važnih aspekata kako gospodarskog razvoja i aktivnosti tako i šireg društvenog i kulturnog života, i identiteta mjesta turističkih destinacija

1.4. Sadržaj predmeta

1. Turizam, društvo i kultura: uvod i ključni koncepti
2. Povijest turizma: od antičkog doba do *Grand Tour*-a i suvremenog putovanja i turizma



3. Vizualna kultura i suvremeni turizam: film and media-induced tourism
4. Semiotika turizma: reprezentacija destinacija, kultura i identiteta u popularnim turističkim materijalima
5. Turistički pogled, fotografija i konzumpcija mjesta i kultura u vrijeme društvenih medija
6. Studentske prezentacije
7. Tipologije suvremenih turizma i turista
8. Domaćini i gosti
9. Socio-kulturne posljedice turizma
10. Baština, turizam i nacionalni identitet
11. Muzeji, društvo i turizam: povijesni razvoj i suvremena praksa
12. Kulturni, kreativni i umjetnički turizam u urbanim i ruralnim sredinama
13. Turizam, društvo i kultura u razdoblju Antropocena
14. Krize i turistička mobilnost: putovanja i turizam prije, u tijeku i nakon pandemije Covid-19
15. Kreiranje mjesta i turističkih prostora kroz razvoj različitih oblika turizma

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari Kolegij se izvodi i na engleskom jeziku.

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave, grupna seminarska prezentacija, esej, kolokviji i završni ispit.

1.8. Praćenje³⁸ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,6	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Grupna seminarska prezentacija	0,3				

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

Knjige:

1. Smith, M. (2015) *Issues in Cultural Tourism Studies* (3rd Ed.). London: Routledge.
2. Sharpley, R. (2018) *Tourism, Tourists and Society* (5th Ed). London: Routledge.
3. Urry, J. and Larsen, J. (2011) *Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.
4. Frew, E. and White, L. (Eds.) (2016) *Tourism and National Identities: An International Perspective*. London Routledge.

³⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Članci objavljeni u znanstvenim časopisima:

5. Cheer, J., Milano, C. and Novelli, M. (2019) Tourism and Community Resilience in the Anthropocene: Accentuating Temporal Overtourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(4), 554-572.
6. Hopkins, D. (2021) Crises and Tourism Mobilities. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (9), 1423-1435.
7. Lew, A. A. (2017) Tourism Planning and Place Making: Place-making or Placemaking? *Tourism Geographies*, 19(3), 448-466.
8. Månsson, M. (2011) Mediatized Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1634-1652.
9. Pritchard, A. and Morgan, N. (2001) Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*, 22 (2), 167-179.
10. Rakić, T., & Chambers, D. (2012) Rethinking the Consumption of Places. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1612–1633.
11. Richards, G. (2020) Designing Creative Places: The Role of Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

Knjige:

1. Holden, A. (2005) *Tourism and the Social Sciences*. London: Routledge.
2. Rojek, C. and Urry, J. (Eds.) (1997) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
3. Rakić, T., & Lester, J. (Eds.) (2013) *Travel, Tourism and Art*. Farnham: Routledge.
4. Sharpley, R. and Telfer, D. J. (Eds.) (2015) *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (2nd Ed). Bristol: Channel View Publications.

Članci objavljeni u znanstvenim časopisima:

5. Hall, C. M., Scott, D. and Gössling, S. (2020) Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22 (3), 577-598.
6. Jenkins, O. (2003) Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation. *Tourism Geographies*, 5 (3), 305-328.
7. Towner, J. and Wall, G. (1991) History and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (1), 71-84.
8. Salazar, N. B. (2021) Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 863-882.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Smith, M. (2015) <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i> (3 rd Ed.). London: Routledge.	5	30
Sharpley, R. (2018) <i>Tourism, Tourists and Society</i> (5 th Ed). London: Routledge.	5	30
Urry, J. and Larsen, J. (2011) <i>Tourist Gaze 3.0</i> . London: Sage.	5	30
Frew, E. and White, L. (Eds.) (2016) <i>Tourism and National Identities: An International Perspective</i> . London Routledge.	5	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim



standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Suzana Marković	
Naziv predmeta	Virtualni doživljaj	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ciljevi predmeta su sljedeći: (a) upoznati studente sa uranjajućim interaktivnim tehnologijama koje mogu spojiti fizički i virtualni svijet – virtualna stvarnost (VR), proširena stvarnost (AR) i mješovita stvarnost (MR) te mogućnostima koje pruža navedena tehnologija u kreiranju novih doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji, (b) osposobiti studente da uz pomoć stečenog znanja sudjeluju u dizajniranju, upravljanju i mjerenju virtualnih doživljaja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati koncepte iz područja turističkog i virtualnog doživljaja
2. Procijeniti važnost i ulogu uranjajućih tehnologija u turističkoj i hotelskoj industriji
3. Vrednovati i usporediti teorije, koncepte i metode koje se odnose na mjerenje virtualnog doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji
4. Kritički prosuđivati prednosti i nedostatke korištenja uranjajućih tehnologija u kreiranju novih doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji
5. Vrednovati postojeće virtualne doživljaje primjenom kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja te predložiti smjernice za poboljšanje istih

1.4. Sadržaj predmeta

Konceptualizacija: Turizam 5.0. E-turizam. Pametni turizam (*smart tourism*). Digitalni turizam. Ekonomija doživljaja. Kvaliteta doživljaja. Turistički doživljaj i vrste. Virtualno okruženje. Virtualni doživljaj. Virtualne ture. Virtualni obilasci hotela. Osjetilni doživljaj.

Uranjajuće tehnologije u turizmu i hotelskoj industriji: Definiranje uranjajuće tehnologije. Povijesni razvoj uranjajućih tehnologija. Virtualna stvarnost (VR). Proširena stvarnost (AR). Mješovita stvarnost (MR). Osnove dizajniranja virtualnih doživljaja. Privatnost i etika pri upotrebi uranjajućih tehnologija. Primjena VR, AR i MR u turizmu i hotelskoj industriji.



Mjerenje kvalitete virtualnih doživljaja: Osmišljavanje teme istraživanja, definiranje problema i ciljeva istraživanja. Pretraživanje literature i izrada pregleda dosadašnjih istraživanja. Kreiranje ljestvice za mjerenje kvalitete virtualnog doživljaja. Uzorak i prikupljanje podataka. Analiza kvalitativnih podataka. Analiza kvantitativnih podataka. Izrada izvješća.

Novi trendovi u istraživanju i mjerenju virtualnih doživljaja, te primjene uranjajućih tehnologija u turizmu

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara. Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati individualni i grupni zadaci, prezentirati rezultati istraživačkog projekta i sl. Prisustvovanje na predavanjima i seminarskoj nastavi će se evidentirati.

1.8. Praćenje³⁹ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,4	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). *Istraživački SPaSS*. Zagreb: Naklada Ljevak.
2. Marković, S. (2021). *Virtualni doživljaj*. (e-PREDAVANJA na Merlinu)
3. Dorčić, J. (2021). *Virtualni doživljaj*. (e-SEMINARI na Merlinu)

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Benckendorff, P. J., Xiang, Z. & Sheldon, P. J. *Tourism information technology (3rd edition)*. Cabi.
2. Dixit, S. K. (Ed.). (2020). *The Routledge handbook of tourism experience management and marketing*. Routledge.
3. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*. Routledge
4. Hillmann, C. (2021). *UX for XR: User experience design and strategies for immersive technologies*. Apress.

³⁹ VAŽNO: Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



5. Jung, T., & tom Dieck, M. C. (Eds.) (2018). *Augmented Reality and Virtual Reality. Empowering Human, Place and Business*. Cham: Springer International Publishing.
6. Malhotra, N. K. & Birks, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Aproach*. Prentice Hall
7. Mealy, P. (2018). *Virtual & augmented reality for dummies*. John Wiley & Sons.
8. Pandžić, I. S., Pejša, T., Matković, K., Benko, H., Čereković, A. & Matijašević, A. (2011). *Virtualna okruženja: interaktivna 3D grafika I njene primjene*. Zagreb: Element.
9. Stuart, H. (2018). *Virtual Reality Marketing: Using VR to Grow a Brand and Create Impact*. Kogan Page Publishers.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). Istraživački SPaSS. Zagreb: Naklada ljevak.	13	30
Marković, S. (2021). Virtualni doživljaj. (e-PREDAVANJA na Merlinu)	PDF	30
Dorčić, J. (2021). Virtualni doživljaj. (e-SEMINARI na Merlinu)	PDF	30

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelji predmeta	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	
Naziv predmeta	Društvene mreže i influencer marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij Marketing u turizmu	
Status predmeta	Izborni	
Godina	I. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	(15+0+15)

2. OPIS PREDMETA

1.14. Ciljevi predmeta

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija u primjeni društvenih medija i influencer marketinga. Kreiranjem i upravljanjem sadržajem na društvenim medijima, studenti će upoznati platforme društvenih medija, korisničko ponašanje i iskustvo na društvenim medijima i njihovu ulogu u suvremenom poslovnom okruženju. Naučit će kako stvarati i upravljati interaktivnom komunikacijom, oblikovati strategije marketinga za društvene platforme te na koji način planirati, implementirati i pratiti marketinške kampanje na društvenim mrežama. Studenti će kritički promisliti o budućim trendovima u primjeni marketinške komunikacije na društvenim mrežama i influencer marketinških aktivnosti te prednostima i izazovima društvenih medija u poslovanju.

1.15. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.16. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

6. Usporediti karakteristike različitih platformi društvenih medija.
7. Procijeniti važnost primjene različitih sadržaja na društvenim medijima u cilju stvaranja integrirane marketinške komunikacije.
8. Prosuditi važnost influencer marketinga u planiranju promotivnih kampanja.
9. Formulirati i pratiti marketinške kampanje na društvenim medijima.
10. Kritički prosuditi o budućim trendovima interaktivne komunikacije na društvenim medijima i influencer marketinških aktivnosti.

1.17. Sadržaj predmeta

Okruženje i područja društvenih medija; Korisničko ponašanje i korisničko iskustvo na društvenim medijima; Strategije marketinga putem društvenih medija; Interaktivna komunikacija na društvenim medijima; Karakteristike i specifičnosti društvenih mreža; Metrika društvenih mreža; Viralni marketing i krizno komuniciranje na društvenim mrežama; Prednosti i izazovi društvenih medija; Odrednice i osobitosti influencer marketinga; Planiranje, implementacija i praćenje influencer marketing kampanja



1.18. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.19. Komentari	Predmet u okviru programa za stjecanje mikrokvalifikacije „UNIRI CLASS“ – programska linija A1 Otvoreno personalizirano obrazovanje za 2023. godinu; Program: Jednostavne mikrokvalifikacije; Naziv projekta: „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“						
1.20. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.21. Praćenje ⁴⁰ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.22. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.23. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
Čuić Tanković, A., Perišić Prodan, M. (2023), Materijali s predavanja Krajnović, A., Sikirić, D., Hordov, M. (2019), Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije, Sveučilište u Zadru, Zadar.							
1.24. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
Hanlon, A., Tuten, T.L. (2022): The SAGE Handbook of Social Media Marketing, Thousand Oaks: SAGE Tuten, T. L. (2021): Social Media Marketing. Thousand Oaks: SAGE Levin, A. (2020). Influencer marketing for brands. Apress. Butow, E., Herman, J., Liu, S., Robinson, A., & Allton, M. (2020). Ultimate guide to social media marketing. Entrepreneur Press.							
1.25. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Krajnović, A., Sikirić, D., Hordov, M. (2019), Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije, Sveučilište u Zadru, Zadar						15	30
1.26. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							

⁴⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



SVEUČILIŠTE U RIJEKI UNIVERSITY OF RIJEKA

FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

KLASA: 602-04/23-01/77

URBROJ: 2156-18-23-05-01

Opatija, 31. svibnja 2023.

Na temelju članka 9. stavka 1. Statuta Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu od 17. travnja 2023. godine, Fakultetsko vijeće Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na 49. sjednici održanoj dana 31. svibnja 2023. godine, donosi

ODLUKU

o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija

MENADŽMENT U TURIZMU

koje se prijavljuju Povjerenstvu za akreditaciju i vrednovanje studijskih programa Sveučilišta u Rijeci i Senatu

I.

Izmjene i dopune koje se ne iskazuju postotnom vrijednošću (ne ubrajaju se u postotak izmjene ECTS bodova studijskog programa)

1. Uvođenje novoga ili ukidanje postojećeg izbornog predmeta -

R.br.	Predmet	Nositelj	Godina studija	ECTS	Uvođenje novog / Ukidanje postojećeg
1.	Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	I	3	Uvođenje

II.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

Dekanica

**SANDRA
JANKOVIĆ**

prof. dr. sc. Sandra Janković

Digitally signed by
SANDRA JANKOVIĆ
Date: 2023.05.31
12:44:26 +02'00'



OBRAZAC ZA IZMJENE I DOPUNE STUDIJSKIH PROGRAMA

Opće informacije	
Naziv studijskog programa	Sveučilišni diplomski studij Menadžment u turizmu
Nositelj studijskog programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Izvoditelj studijskog programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Tip studijskog programa	Sveučilišni studij
Razina studijskog programa	Diplomski studij
Akademski/stručni naziv koji se stječe završetkom studija	Sveučilišni magistar/magistra ekonomije (univ. mag. oec.)
Naziv i šifra standarda kvalifikacije koja se stječe završetkom studija (ako je program upisan u Registar HKO-a)	

1. Vrsta izmjena i dopuna

1.1. Vrsta izmjena i dopuna koje se predlažu

B) Izmjene i dopune koje se ne iskazuju postotnom vrijednošću (ne ubrajaju se u postotak izmjene ECTS bodova studijskog programa)

1. Uvođenje novoga ili ukidanje postojećeg izbornog predmeta

R.br.	Predmet	Nositelj	Godina studija	ECTS	Uvođenje novog / Uklanjanje postojećeg
1.	Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	I.	3	Uvođenje

1.2. Postotak ECTS bodova koji se mijenjaju predloženim izmjenama i dopunama

0%

1.3. Postotak ECTS bodova koji je izmijenjen tijekom ranijih postupka izmjena i dopuna u odnosu na izvorno akreditirani studijski program

Odlukom Senata Sveučilišta u Rijeci o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija Menadžment u turizmu (KLASA: 007-01/22-03/02; URBROJ: 2170-57-01-22-133) od 26. travnja 2022. izvršene su izmjene u iznosu od 65% pri čemu su za izmijenjeni studijski program dobivene dvije pozitivne recenzije.

– od tada je postotak izmjena bio 0%.



2. Obrazloženje zahtjeva za izmjenama i dopunama

2.1. Razlozi i obrazloženje izmjena i dopuna studijskog programa

Razlog izmjena i dopuna diplomskog studija Menadžment u turizmu je usklađivanja izbornih predmeta koji se izvode na ostalim diplomskim studijima Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

2.2. Procjena svrhovitosti izmjena i dopuna¹

Svrha je izmjene i dopune studijskoga programa omogućiti studentima stjecanje relevantnih znanja za obavljanje menadžerskih poslova najviše razine u turističkom sektoru koji se u suvremenim uvjetima mora razvijati sukladno trendovima razvoja turizma. Tako će magistri ekonomije moći zauzeti značajne pozicije u turističkim zajednicama, turističkim organizacijama, turističkim agencijama, turističkim udrugama, u obrazovanju, medijima, svim selektivnim oblicima turističke ponude, pratećim industrijama, financijskim institucijama, službama računovodstva i kontrole, inspekcijama i njima pratećim tijelima gdje se traže specifična znanja iz područja turizma.

2.3 Usporedivost izmijenjenog i dopunjenog studijskog programa sa sličnim programima akreditiranih visokih učilišta u RH i EU²

Za potrebe izmjena i dopuna studijskog programa postignut je visok stupanj usklađenosti sa srodnim fakultetima u RH, EU i svijetu, kao primjerice:

- University of Surrey, Ujedinjeno Kraljevstvo, <https://www.surrey.ac.uk/>
- Hotelschool The Hague, Nizozemska, <https://www.hotelschool.nl/>
- Glion Institute of Higher Education, Švicarska, <https://www.glion.edu/>
- University of Nevada, United States, <https://www.unlv.edu/>
- The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, <https://www.polyu.edu.hk/en/>
- Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", <https://fet.unipu.hr/>
- Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, <https://www.efzg.unizg.hr/>

2.4. Usklađenost s institucijskom strategijom razvoja studijskih programa³

Ovaj je studijski program u cijelosti usklađen s misijom i vizijom Sveučilišta u Rijeci, kao i s misijom i vizijom FMTU. Misija je FMTU kao znanstveno-istraživačke i obrazovne institucije biti kreator znanja o turizmu, ugostiteljstvu i održivom razvoju. Studentima se osigurava kvalitetno obrazovanje za preuzimanje liderskih pozicija u uvjetima snažne globalne konkurencije.

Namjera FMTU je da se studijski programi kontinuirano osuvremenjuju na temelju rezultata recentnih istraživanja znanstvenika izabranih u znanstveno-nastavna i suradnička radna mjesta te su u tom kontekstu izmjene i dopune usklađene sa strateškim ciljevima znanstveno-istraživačke djelatnosti te ključnim istraživačkim područjima i temama obuhvaćenim Strategijom Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu 2021. – 2025. (2021.).

Strategija razvoja Sveučilišta u Rijeci 2021. – 2025 „Europsko sveučilište budućnosti (2021.) predstavlja strateški dokument temeljem kojega će se razvijati matično Sveučilište u narednom razdoblju. Dokument u svojim ciljevima navodi razvijanje novih kao i osuvremenjivanje postojećih studijskih programa. Osim toga, povezivanje

¹ Primjerice, procjena svrhovitosti obzirom na potrebe tržišta rada u javnom i privatnom sektoru, povećanje kvalitete studiranja i dr.

² Navesti i obrazložiti usporedivost programa, od kojih barem jedan iz EU, s izmijenjenim i dopunjenim programom koji se predlaže te navesti mrežne stranice programa.

³ Preciznije, usklađenost s misijom i strateškim ciljevima Sveučilišta u Rijeci i visokoškolske institucije.



nastavnog rada s rezultatima istraživanja kao i planiranje studijskih programa temeljnih na ishodima učenja, razvoj suvremenih metoda učenja i poučavanja te pristup poučavanja usmjeren na studenta naglašavaju se kao smjer razvoja Sveučilišta u Strategiji. Osim toga, ideja studenata kao partnera u procesu kreiranja novih ili revizije postojećih studijskih programa kao i naglasak na praktičnim vještinama te povezivanju s lokalnom zajednicom postavljeni su kao važan indikator uspješnosti Sveučilišta.

2.5. Ostali važni podatci – prema mišljenju predlagača

-

3. Opis obveznih i/ili izbornih predmeta s unesenim izmjenama i dopunama

3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta(i/ili modula, ukoliko postoje) s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS – bodova (prilog: Tablica 1)

Prilog: Tablica 1

3.2. Opis svakog predmeta (prilog: Tablica 2)

Prilog: Tablica 2



Tablica 1.

3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta i/ili modula s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS bodova

a) Važeća inačica u kojoj su vidljive predložene promjene i izmjene prihvaćene na 49. sjednici Fakultetskog vijeća održanoj dana 31. svibnja 2023. godine

POPIS PREDMETA: MENADŽMENT U TURIZMU						
Godina studija: 1.						
Semestar: I.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Turističko planiranje i razvoj	prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana	30	0	30	6	O
Strateški menadžment	prof. dr. sc. Marko Perić	30	0	30	6	O
Metode istraživanja u turizmu	doc. dr. sc. Jelena Mušanović	30	0	30	6	O
Turizam događaja	prof. dr. sc. Daniela Gračan	30	0	30	6	O
Nacionalna ekonomija	prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić	15	0	15	3	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
LISTA IZBORNIH PREDMETA						
Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	15	0	15	3	I
Turistička potrošnja	izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	15	0	15	3	I
Menadžment troškova	izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	15	0	15	3	I
Standardi u ugostiteljstvu	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	15	0	15	3	I
Financijska tržišta i institucije	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	I
Poduzetništvo u kulturi	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	15	0	15	3	I
Statistička kontrola kvalitete	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Luksuzni turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Organizacijsko ponašanje	prof. dr. sc. Nadia Pavia	15	0	15	3	I
Opskrbni lanci u turizmu	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	15	0	15	3	I
Marketing turističke destinacije i održivost	prof. dr. sc. Lorena Bašan	15	0	15	3	I
Ruralni turizam	prof. dr. sc. Romina Alkier	15	0	15	3	I
Tehnike pregovaranja	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I
Semestar: II.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Kreiranje vrijednosti u turizmu	prof. dr. sc. Nadia Pavia / doc. dr. sc. Marta Cerović	30	0	30	6	O



Pametni turizam	izv. prof. dr. sc. Nataša Kovačić	15	0	15	3	O
Investicijski menadžment	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	O
Turizam i lokalna zajednica	doc. dr. sc. Jelena Đurkin Badurina	15	0	15	3	O
Menadžment turističkih atrakcija	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	O
DIPLOMSKI RAD					9	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
IZBORNI PREDMETI						
Poslovna inteligencija	prof. dr. sc. Christian Stipanović	15	0	15	3	I
Komparativni fiskalni sustavi	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	15	0	15	3	I
Međunarodno kretanje kapitala	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	I
Nautički turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Vrednovanje poduzeća	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	15	0	15	3	I
Nutricionizam	prof. dr. sc. Greta Krešić	15	0	15	3	I
Turizam, terorizam i migracije	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	15	0	15	3	I
Menadžment plaža	prof. dr. sc. Zrinka Zadel	15	0	15	3	I
Modeli sustava kvalitete	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	15	0	15	3	I
Inovativne tehnologije	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	15	0	15	3	I
Digitalna komunikacija u turizmu	izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	15	0	15	3	I
Menadžment luksuznih hotela	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	I
Turizam, društvo i kultura	doc. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	15	0	15	3	I
Virtualni doživljaj	prof. dr. sc. Suzana Marković	15	0	15	3	I
Društvene mreže i influencer marketing	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	15	0	15	3	I



b) Pročišćena inačica s prihvaćenim promjenama na 49. sjednici Fakultetskog vijeća održanoj dana 31. svibnja 2023. godine

POPIS PREDMETA: MENADŽMENT U TURIZMU						
Godina studija: 1.						
Semestar: I.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Turističko planiranje i razvoj	prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana	30	0	30	6	O
Strateški menadžment	prof. dr. sc. Marko Perić	30	0	30	6	O
Metode istraživanja u turizmu	doc. dr. sc. Jelena Mušanović	30	0	30	6	O
Turizam događaja	prof. dr. sc. Daniela Gračan	30	0	30	6	O
Nacionalna ekonomija	prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić	15	0	15	3	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
LISTA IZBORNIH PREDMETA						
Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	15	0	15	3	I
Turistička potrošnja	izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	15	0	15	3	I
Menadžment troškova	izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	15	0	15	3	I
Standardi u ugostiteljstvu	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	15	0	15	3	I
Financijska tržišta i institucije	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	I
Poduzetništvo u kulturi	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	15	0	15	3	I
Statistička kontrola kvalitete	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Luksuzni turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Organizacijsko ponašanje	prof. dr. sc. Nadia Pavia	15	0	15	3	I
Opskrbni lanci u turizmu	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	15	0	15	3	I
Marketing turističke destinacije i održivost	prof. dr. sc. Lorena Bašan	15	0	15	3	I
Ruralni turizam	prof. dr. sc. Romina Alkier	15	0	15	3	I
Tehnike pregovaranja	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I
Semestar: II.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Kreiranje vrijednosti u turizmu	prof. dr. sc. Nadia Pavia / doc. dr. sc. Marta Cerović	30	0	30	6	O
Pametni turizam	izv. prof. dr. sc. Nataša Kovačić	15	0	15	3	O
Investicijski menadžment	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	O
Turizam i lokalna zajednica	doc. dr. sc. Jelena Đurkin Badurina	15	0	15	3	O



Menadžment turističkih atrakcija	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	O
DIPLOMSKI RAD					9	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
IZBORNI PREDMETI						
Poslovna inteligencija	prof. dr. sc. Christian Stipanović	15	0	15	3	I
Komparativni fiskalni sustavi	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	15	0	15	3	I
Međunarodno kretanje kapitala	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	I
Nautički turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Vrednovanje poduzeća	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	15	0	15	3	I
Nutricionizam	prof. dr. sc. Greta Krešić	15	0	15	3	I
Turizam, terorizam i migracije	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	15	0	15	3	I
Menadžment plaža	prof. dr. sc. Zrinka Zadel	15	0	15	3	I
Modeli sustava kvalitete	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	15	0	15	3	I
Inovativne tehnologije	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	15	0	15	3	I
Digitalna komunikacija u turizmu	izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	15	0	15	3	I
Menadžment luksuznih hotela	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	I
Turizam, društvo i kultura	doc. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	15	0	15	3	I
Virtualni doživljaj	prof. dr. sc. Suzana Marković	15	0	15	3	I
Društvene mreže i influencer marketing	Doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	15	0	15	3	I

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana	
Naziv predmeta	Turističko planiranje i razvoj	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi predmeta su usvojiti i razumijeti temeljne pojmove iz područja turističkog planiranja i razvoja, te usvojiti i primijeniti metode planiranja u turizmu kao i faze procesa planiranja u turizmu. Studenti se upoznaju s elementima koji determiniraju razvoj turizma, te problemima i ograničenjima koja ga prate. Studenti nakon uspješno savladanog kolegija imaju usvojen sustavan integralni pristup planiranju turističkog razvoja na različitim razinama. Osposobljeni su raditi na izradi turističkih planova.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezivati i interpretirati temeljne pojmove iz područja turističkog planiranja i razvoja
2. Kritički procijeniti pristupe i tehnike relevantne za upravljanje turizmom i turističkom destinacijom na načelima održivog razvoja, uz kritičko vrednovanje značenja prostora u razvoju turizma preispitujući zakonodavna i institucionalna rješenja
3. Odabrati i primijeniti relevantne metode i faze planiranja turističkog razvoja
4. Planirati turističku ponudu sukladno novim trendovima i zahtjevima tržišta
5. Samoprocijeniti niz interesa destinacijskih dionika prilikom planiranja i donošenja upravljačkih odluka koje imaju utjecaj na razvoj destinacije
6. Razviti sposobnost timskog rada i interdisciplinarnog pristupa, generirati nove ideje samostalno i u timu

1.4. Sadržaj predmeta

Obilježja trendova i politika na globalnom turističkom tržištu. Turizam i društveni razvoj, turizam i ekonomski razvoj. Upravljanje prostorom u turizmu. Prihvatni potencijal u turizmu. Pojam planiranja. Planiranje razvoja turizma u destinacijama na načelima koncepcije održivog razvoja turizma - ograničavajući čimbenici, načela i funkcije planiranja u turizmu. Obilježja turističkih planova na različitim razinama (lokalno, regionalno, nacionalno, međunarodno). Faze planiranja u turizmu. Metode turističkog planiranja. Pojam, značaj, ciljevi, mjere i instrumenti turističke politike. Strategija održivog razvoja turizma.



Indikatori turističkog razvoja, monitoring.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari	-						
1.7. Obveze studenata							
Student je obvezan aktivno sudjelovati u nastavi, izraditi seminarski zadatak uz pomoć mentora, te sudjelovati u kontinuiranoj provjeri znanja.							
1.8. Praćenje ⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	1,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej	0,4	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,3	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Bartoluci, Mato: Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013. (odabrana poglavlja: I. Turistička politika i razvoj, str. 18-255) 2. Smolčić Jurdana, Dora: Turističko planiranje i razvoj (nastavni materijal i udžbenik u pripremi)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Mason, Peter: Tourism Impacts, Planning and Management, 3 rd edition, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2020 2. Dredge, Diane & Jenkins, John: Stories of Practice: Tourism Policy and Planning, Routledge, 1 st edition, Taylor & Francis Group, London and New York, 2016 3. Hall, Michael, Rogerson, Christian M. & Saarinen Jarkko: Tourism Planning and Development - Contemporary Cases and Emerging Issues, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2019 4. Murphy, Peter E.: Tourism – A community approach, Routledge library editions: tourism, London and New York, 2014 5. Sr., David L. Edgell & Swanson, Jason R: Tourism Policy and Planning - Yesterday, Today, and Tomorrow, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2018							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	

⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Bartoulci, Mato: Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013.	15	48
Smolčić Jurdana, Dora: Turističko planiranje i razvoj (nastavni materijal i udžbenik u pripremi)	15	48
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Marko Perić	
Naziv predmeta	Strateški menadžment	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
Cilj je predmeta objasniti studentima proces strateškog menadžmenta poduzeća u turizmu s naglaskom na strateškoj pripremi, evaluaciji, započinjanju i razvijanju procesa strateškog menadžmenta u poduzećima u turizmu. Pored osnovnih koraka u procesu strateškog menadžmenta (analiza okoline, definiranje strateškog usmjerenja, formuliranje i implementacija strategije, strateška kontrola) pojasnit će se mjesto i uloga poslovnih modela kao i projekata u procesu strateškog menadžmenta u svrhu osposobljavanja studenata za formuliranje vlastitih primjera strategija i strateških planova razvoja u turizmu.		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
Nakon položenog ispita studenti će biti sposobni: <ol style="list-style-type: none"> 1. kritički vrjednovati unutarnju i vanjsku okolinu turističkog poduzeća 2. generirati osnovne elemente strateškog usmjerenja turističkog poduzeća 3. odabrati i argumentirati optimalnu strategiju turističkog poduzeća 4. preporučiti načine implementacije odabrane strategije i strateške kontrole u turističko poduzeće 5. kritički prosuđivati mjesto i ulogu poslovnih modela i projekata u procesu strateškog menadžmenta 		
1.4. Sadržaj predmeta		
Proces strateškog menadžmenta. Analiza interne okoline. Analiza eksterne okoline. Postavljanje vizije, misije i ciljeva. Formuliranje strategije. Implementacija strategije pomoću funkcijskih strategija. Implementacija strategije putem strukture, vodstva i kulture. Poslovni modeli u turizmu i strategija. Strateški aspekti projektnog menadžmenta i izrada poslovnog plana. Strateška udruživanja u turizmu. Strateška kontrola. Trendovi u strateškom menadžmentu		
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij



	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. <i>Komentari</i>							
1.7. <i>Obveze studenata</i>							
Pohađanje nastave, pristupanje provjerama znanja, izrada case study-a.							
1.8. <i>Praćenje⁵ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	1,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	1	Esej		Istraživanje	0,2
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,3	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<ol style="list-style-type: none">1. Buble, M. et al. (2005). <i>Strateški menadžment</i>. Zagreb: Sinergija nakladništvo.2. Cetinski, V. & Perić, M. (2013). <i>Projektni menadžment</i>. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<ol style="list-style-type: none">1. Perić, M., Đurkin, J. & Vitezić, V. (2017). The Constructs of a Business Model Redefined: A Half-Century Journey. <i>Sage Open</i>, 7 (3), 1-13. DOI: 10.1177/21582440177335162. Perić, M., Vitezić, V. & Đurkin, J. (2017). Business Model Concept: An Integrative Framework Proposal. <i>Managing Global Transitions</i>, 15 (3), 255-274. DOI: 10.26493/1854-6935.15.255-2743. Lynch, R. (2021). <i>Strategic Management</i>, Ninth Edition, London: SAGE Publications Ltd4. Mountinho, L. (2005). <i>Strateški menadžment u turizmu</i>. Zagreb: Masmedia.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
<i>Naslov</i>						<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Buble, M. et al. (2005). <i>Strateški menadžment</i> . Zagreb: Sinergija nakladništvo.						23	48
Cetinski, V. & Perić, M. (2013). <i>Projektni menadžment</i> . Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.						5	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i							

⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Jelena Mušanović	
Naziv predmeta	Metode istraživanja u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	60 (30 + 0 + 30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je dati pregled metoda istraživanja i metoda analize koje se primjenjuju u području turizma; osposobiti studente za samostalnu provedbu jednostavnijih istraživanja, analizu, interpretaciju i prezentaciju rezultata.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Studenti moraju posjedovati znanja iz područja ekonomije, turizma i statistike.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student moći:

1. dizajnirati glavne faze istraživačkog procesa
2. predložiti adekvatne kvalitativne i kvantitativne metode istraživanja za provedbu empirijskog istraživanja
3. vrjednovati i primijeniti adekvatne metode analize u provedbi empirijskog istraživanja
4. argumentirano prosuditi problem istraživanja te interpretirati i prezentirati rezultate istraživanja.

1.4. Sadržaj predmeta

Značaj istraživanja u turizmu. Etički aspekti istraživanja. Područja primjene istraživanja. Specifičnosti istraživanja za potrebe turizma. Kvalitativne metode istraživanja. Kvantitativne metode istraživanja. Perspektive istraživanja u turizmu. Kvalitativne metode analize empirijskog istraživanja. Kvantitativne metode analize empirijskog istraživanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari	Predavanja, seminari i radionice, grupni zadaci su komplementarni. Grupni zadaci i primjena multimedije i mreže omogućit će studentima detaljnije analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem	



		predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja.					
1.7. Obveze studenata							
Student je dužan aktivno se uključiti u nastavnu i kritički razmišljati. Zadatke izrađuje samostalno i u grupi pri čemu koristi obaveznu i dopunsku literaturu te na taj način demonstrira stečena znanja, vještine i sposobnosti iz odabranog područja predmeta							
1.8. Praćenje ⁶ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	1,7
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,3	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Lamza Posavec, V. (2021). <i>Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi</i> , Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.							
2. Marušić, M., Prebežac, D, Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje), Ekonomski fakultet – Zagreb, Zagreb.							
3. Horvat, J., & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i> . Ljevak.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Iacobucci, D., Churchill, G. A. Jr., (2018). <i>Marketing Research - Methodological Foundation</i> , 12 th ed., CreateSpace Independent Publishing Platform, Scotts Valley, Ca.							
2. Veal, A. J. (2017). <i>Research methods for leisure and tourism</i> (5 th ed.). Pearson UK, Harlow.							
3. Babbie, E. (2014). <i>The Basics of Social Research</i> , (6 rd ed.) Wadsworth: CENGAGE Learning.							
4. Field, A. (2013). <i>Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics</i> , 4 th ed., SAGE Publications							
5. Finn, M., Elliot-White, M., Walton, M. (2001). <i>Tourism & Leisure Research Methods: Data Collection, Analysis and Interpretation</i> , Pearson, Longman, 2001.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Lamza Posavec, V. (2021). <i>Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi</i> , Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.						5	48
Marušić, M., Prebežac, D, Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje), Ekonomski fakultet – Zagreb, Zagreb.						5	48
Horvat, J., & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i> . Ljevak.						13	48

⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Turizam događaja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	60 (30 + 0 + 30)

1. OPIS PREDMETA		
1.1. Ciljevi predmeta		
Cilj ovog predmeta je utvrditi i iskazati važnost organizacije događaja u turističkoj destinaciji kroz razvoj novih i inovativnih turističkih proizvoda organizacijom poslovnih, sportskih i kulturoloških događaja. Studenti će se upoznati s elementima organizacije i planiranja različitih vrsta turističkih događanja. Na temelju konceptualno-teorijskog okvira, prateći trendove na turističkom tržištu, postavljaju se odrednice razvoja turizma događaja.		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
Nakon položenog ispita studenti će:		
<div><div>1. Valorizirati ekonomske, ekološke i društvene učinke turizma događaja na destinaciju.</div><div>2. Procijeniti ulogu turizma događaja na razvoj destinacije.</div><div>3. Kritički prosuditi utjecaj turističkih događanja na održivost destinacije</div></div>		
1.4. Sadržaj predmeta		
Turizam događaja kao proizvod turističke destinacije; Ekonomski, ekološki i društveni učinci turizma događaja na destinaciju; Mjerenje učinaka događaja na turističku destinaciju; Utjecaj globalizacije na turizam događaja; Značaj turističkih događanja za razvoj destinacije; Kreativnost i dizajn u turizmu događaja (uloga dizajna, razumijevanje i implementacija dizajna); Dionici turizma događaja (organizatori, planeri, menadžeri, predstavnici lokalnih udruga, dobavljači) u procesu kreiranju kompletnog proizvoda događajnog turizma; Tematska događanja u turizmu; Vrste i karakteristike događanja u turizmu; Organizacija poslovnih skupova (sajmova, kongresa, konferencija i izložbi); Organizacija sportskih manifestacija; organizacija kulturoloških manifestacija; Dizajniranje promotivnih materijala za događaje u turističkoj destinaciji; Ponuda, potražanja i motivacija u turizmu događaja; Trendovi u organizaciji događaja (inovativne tehnologije, hibridni i virtualni događaji); Održiva događanja u turizmu (smanjenje utjecaja štetnosti na okoliš, održivost događaja kao dodana vrijednost za destinaciju); Planiranje i upravljanje turizmom događaja (odabir lokacije, logistika, sigurnosne mjere, administracija, realizacija).		
1.5. Vrste izvođenja	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci



nastave	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Aktivno sudjelovanje u nastavi, praćenje aktualne literature, priprema seminarskog rada i prezentacije na zadanu temu. Polaganje kolokvija i završnog ispita.							
1.8. Praćenje ⁷ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	1	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<ol style="list-style-type: none">1. Filipović, R. (2015). Priručnik za certificiranje profesionalaca u kongresno-incentive-event turizmu: za stjecanje naslova certified Croatian meetings and events professional, Zagreb: Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma2. Van Der Wagen, L. (2008). Event management = Upravljanje događanjima : za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Zagreb : Mate : Zagrebačka škola ekonomije i managementa							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<ol style="list-style-type: none">1. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018). Menadžment turističke organizacije i destinacije, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu2. Raj, R., Walters, P., Rashid, T. (2017). Events Management, SAGE Publications Ltd3. Kilkenny, Shannon C. (2016). The complete guide to successful event planning, Revised 3rd ed, Ocala, Fla.: Atlantic Publishing Group, cop.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov	Broj primjeraka			Broj studenata			
Van Der Wagen, L. (2008). Event management = Upravljanje događanjima : za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Zagreb : Mate : Zagrebačka škola ekonomije i managementa	5			48			
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							

⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić	
Naziv predmeta	Nacionalna ekonomija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je proširiti teorijsku bazu i primijeniti makroekonomske zakonitosti na primjeru gospodarstva Republike Hrvatske. Kroz teorijski i aplikativni pristup obraditi će se gospodarski resursi i ključna tržišta svake nacionalne ekonomije s naglaskom na specifičnosti tijekom privrednog rasta. Poseban naglasak biti će na razvoju i važnosti uslužnog sektora, odnosno turizma, u ostvarivanju ukupnih učinaka na nacionalno gospodarstvo i ekonomski rast.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Pravilno tumačiti i interpretirati temeljne pojmove i makroekonomske agregate na primjeru hrvatskog gospodarstva
2. Objasniti povezanost i razlike između ključnih makroekonomskih pojmova na primjeru hrvatskog gospodarstva
3. Razlikovati determinante gospodarskog rasta (rad, kapital i ljudski kapital)
4. Analizirati i obrazložiti gospodarsku strukturu Republike Hrvatske s posebnim naglaskom na djelatnosti koje su povezane sa turističkim gospodarstvom i turističkom potrošnjom
5. Kritički prosuđivati kvantitativne i kvalitativne podatke, funkcije, učinke i instrumente ekonomske politike

1.4. Sadržaj predmeta

Ekonomske razvoj i gospodarske krize. Sektorska struktura gospodarstva Hrvatske. Ekonomski odnosi s inozemstvom. Konkurentnost hrvatskog gospodarstva. Starenje stanovništva, migracije i mirovinski sustav. Tržište rada. Monetarna politika Republike Hrvatske. Fiskalna politika. Regionalni razvoj i fiskalna decentralizacija. Gospodarsko značenje industrije i turizma. Zdravstveni sustav.

1.5. Vrste izvođenja nastave

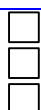
predavanja



seminari i radionice



vježbe



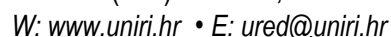
samostalni zadaci



multimedija i mreža



laboratorij

21

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	
Naziv predmeta	Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta jest u upoznavanju studenata sa trenutnim stanjem digitalnog okruženja čime su web stranice determinirane te upoznavanjem sa suvremenim konceptima i alatima za izradu web stranica. Cilj je kolegija također da na temelju stečenih znanja budu sposobni samostalno osmisлити, pripremiti, kreirati i voditi cjelokupni projekt izrade web site-a od faze osmišljavanja do faze realizacije / izrade web sitea.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Na temelju **kritičkog prosuđivanja** konteksta poslovnog okruženja, **isplanirati** projekt izrade web site-a;
2. Sastaviti faze i elemente projekta izrade web site-a, te **formulirati** i **pripremiti** cijeli projekt (dokumentacija, sadržaj, logika) pripreme web site-a;
3. Koristiti sintaksu HTML jezika i suvremena programska rješenja pri **izboru najbolje opcije** modela pri **formuliranju, kreiranju, razvoju** izradi website-a (WYSWYG sučelja, CMS-i),
4. Primijeniti usvojena znanja, vještine i kompetencije u svim fazama izrade web site-a kako bi mogao **ocijeniti** i **valorizirati** projekt izrade web site (u svim fazama od a. osmišljavanja, preko b. realizacije / izrade , do c. unaprjeđenja odnosno optimizacije i održavanja web site-a).

1.4. Sadržaj predmeta

Poslovni kontekst izrade web stranica (okruženje- internet - web – semantika). Planiranje i priprema web site-a. Definiranje elemenata web site-a (entiteti – atributi – varijable) i izrada navigacijske karte. Osnove dizajna, strukture i sadržaja web site-ova/web stranica. Upoznavanje sa HTML sintaksom. Napredne tehnike u programiranju web site-ova (optimizacija, prošireni tagovi). WYSWYG sučelja za izradu web siteova. Računalna grafika. CMS (Content Management System) sustavi. SEM. SEO. Analiza i održavanje web site-ova.

1.5. Vrste izvođenja nastave	X predavanja	X samostalni zadaci
	X seminari i radionice	X multimedija i mreža



		<input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input checked="" type="checkbox"/> ostalo izrada web site-a		
1.6.	Komentari	Predavanja integrirana i podržana računalom, izvođenje seminarske nastave na računalima, prezentacija projekata/web site-ova studenata				
1.7.	Obveze studenata					
Pohađanje nastave (predavanja, seminara/vježbi), izrada i prezentacija web site-ova, izrada projektnih zadataka, timski rad, polaganje kolokvija i završnog ispita.						
1.8.	Praćenje ⁹ rada studenata					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad
Portfolio						0,5
1.9.	Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.						
1.10.	Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. Gasston, P. (2013). Moderni web responzivni web dizajn uz HTML5, CSS3 i JavaScript. Zagreb: DOBAR PLAN.						
1.11.	Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)					
1. Niederst Robbins, J. (2008). NAUČITE WEB DIZAJN. Zagreb: Mikro knjiga.						
2. Materijali za predavanja (*.ppt) te, razna pomoćna literatura u dogovoru s nositeljem kolegija.						
1.12.	Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu					
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata
Gasston, P. (2013). Moderni web responzivni web dizajn uz HTML5, CSS3 i JavaScript. Zagreb: DOBAR PLAN.					5	48
1.13.	Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.						

⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	
Naziv predmeta	Turistička potrošnja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Temeljni ciljevi predmeta Turistička potrošnja je cjeloviti sagledavanje i razumijevanje turizma kao složenog gospodarskog i sociološkog fenomena. Turistička potrošnja kao temeljna ekonomska varijabla za segment domaćeg i inozemnog turizma determinira bitne elemente na makroekonomskom i mikroekonomskom tržištu, a koje su od velike važnosti za malo otvoreno gospodarstvo poput Republike Hrvatske. Turizam se sagledava primarno kroz aspekt potrošnje, koji dalje determinira razumijevanje, kvantificiranje i modeliranje ukupne ekonomske politike prema turizmu i brojnim povezanim djelatnostima. U okviru predmeta potiče se primjena sustavnog i modelskog pristupa u analiziranju ekonomskih i turističkih pojava, problema i vrednovanja. Turizam se sagledava u okviru ekonomskog, sociološkog, političkog, ekološkog i tehnološkog sustava u nacionalnim i međunarodnim okvirima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati pojam turizma i turističke potrošnje
2. Analizirati važnost turističke potrošnje u okviru ukupnog makroekonomskog okruženja
3. Identificirati važnost turističke satelitske bilance i platne bilance
4. Primijeniti multiplikator turističke potrošnje
5. Sintetizirati pojam turističke potrošnje, turizma i turističke konkurentnosti u Republici Hrvatskoj i drugim EU zemljama

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i važnost turističke potrošnje. Turističko tržište i turist potrošač. Turizam kao složeni gospodarski i društveni sustav. Ekonomske funkcije turizma. Turistička potražnja i turistička potrošnja kao dio agregatne potražnje i potrošnje. Turistička satelitska bilanca TSA. Turizam u platnoj bilanci. Međusektorski odnosi i efekti turističke potrošnje. Turizam i turistička potrošnja u svijetu – međunarodni, regionalni i nacionalni pregled. Turistička konkurentnost. Benchmarking turističkih i gospodarskih pokazatelja. Perspektive i predviđanja.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Studenti trebaju redovito učestvovati u aktivnostima tijekom semestra u izvođenja nastave i to kroz: a) izrada eseja sa ciljem razumijevanja globalnih turističkih trendova i b) izrada i prezentacija projektnog rada koji se odnosi na istraživanje metoda turističke potrošnje aplicirano na turističku destinaciju. Redovito učenje, aktivno sudjelovanje u nastavi i praćenje suvremenih turističkih trendova ključni su elementi za uspješno savladavanje ispita iz Turističke potrošnje.							
1.8. Praćenje ¹⁰ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Grupa autora (ured. Obadić A., Tica J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. 2. Čavlek, N. i dr. (2011). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga. 3. Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. (2020). Tourism Economics and Policy. Bristol, UK, USA Channel View Publications. 2. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A. et al. (2008). Ekonomija turizma – načela i praksa. Split: Eko.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Grupa autora (ured. Obadić A., Tica J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.						10	48
Čavlek, N. i dr. (2011). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav.						34	48

¹⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Zagreb: Školska knjiga.		
<i>Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</i>	26	48
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr.sc. Dubravka Vlašić	
Naziv predmeta	Menadžment troškova	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je stjecanje teorijskih znanja iz metoda obuhvaćanja troškova kao i praktičnih kompetencija i vještina vezanih uz praćenje i upravljanje troškovima u kratkom i dugom roku te kritičko sagledavanje informacija o troškovima i njihovu ulogu u procesu donošenja poslovnih odluka. Naglasak je na upravljanju troškovima u turističko-hotelskom gospodarstvu, a posebno na vrednovanju sustava internih kontrola i IT sustava koje se implementiraju u funkciji upravljanja troškovima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Izmjeriti troškove koristeći različite metode obuhvaćanja troškova
2. Ocijeniti sustave internih kontrola i IT sustave u funkciji upravljanja troškovima
3. Kritički prosuditi važnost informacija o troškovima u donošenju poslovnih odluka

1.4. Sadržaj predmeta

Sadržaj predmeta usmjeren je na informacije troškovnog računovodstva koje služe kao podloga za upravljanje troškovima, a izučava se koristeći studije slučajeva (case study) kroz koje studenti usvajaju i razvijaju praktična i primjenjiva znanja koja se odnose na mogućnosti unapređenja mjerenja i upravljanja troškovima te sustava internih kontrola kroz slijedeće tematske cjeline:

Osnove teorije troškova. Troškovi u eksternom i internom obračunu. Troškovi i poslovno odlučivanje. Mjerenje troškova kroz primjenu modernih metoda obračuna troškova (ciljni troškovi i obračun troškova okoliša). Troškovi i informacijski zahtjevi menadžmenta u dugom i kratkom vremenskom razdoblju. Sustavi internih kontrola u upravljanju troškovima. Interna revizija troškova. Korištenje IT u upravljanju troškovima.

1.5. Vrste izvođenja nastave

x predavanja

x seminari i radionice

☐ vježbe

☐ obrazovanje na dalji

☐ samostalni zadaci

☐ multimedija i mreža

☐ laboratorij

☐ mentorski rad



	<input type="checkbox"/> terenska nastava	X ostalo case study i timski rad					
1.6. <i>Komentari</i>	Kolegij se izvodi i na engleskom jeziku						
1.7. <i>Obveze studenata</i>							
Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara, a od studenata se očekuje aktivno sudjelovanje na nastavi te izvršavanje svih zadanih obveza. Student je dužan pristupiti parcijalnom obliku ispitivanja, te pismenom ispitu, uz uvjet da savlada sve oblike gradiva predviđene nastavnim planom i programom predmeta.							
1.8. <i>Praćenje¹¹ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio						Studij slučaja	0,9
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<ol style="list-style-type: none">1. C. T. Horngren, S. M. Datar, G. Foster (2018). Cost Accounting A Managerial Emphasis Prentice Hall, Pearson Education International, New Jersey2. C., Guilding (2014). Accounting essentials for hospitality managers, third edition, Routledge, odabrana poglavlja3. K.H:Spencer Pickett (2010)The internal auditing handbook third edition, Wiley and Sons, odabrana poglavlja4. C Dittemeier, P. Casati (2014), Evaluating Internal Control systems – A Comprehensive Assessment model (CAM) for Enterprise Risk Management, IARF Research report, odabrana poglavlja5. B. Tušek, L. Žager, I Barišić (2014) Interna revizija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, odabrana poglavlja6. Prezentacije postavljene u Merlinu							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<ol style="list-style-type: none">1. Groot, T., Lukka, K., (2000). Cases in Management Accounting. Current practices in European companies. Prentice Hall2. CHAE – Certified Hospitality Accountant Executive, Certification Study Guide (2001). Vol I & Vol II. Hospitality Financial and Technology Professionals, Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association, 2001.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	

¹¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



C. T. Horngren, S. M. Datar, G. Foster (2018). Cost Accounting A Managerial Emphasis Prentice Hall, Pearson Education International, New Jersey	5	48
C., Guilding (2014). Accounting essentials for hospitality managers, third edition, Routledge, odabrana poglavlja	5	48
K.H:Spencer Pickett (2010)The internal auditing handbook third edition, Wiley and Sons, odabrana poglavlja	5	48
C Dittemeier, P. Casati (2014), Evaluating Internal Control systems – A Comprehensive Assessment model (CAM) for Enterprise Risk Management, IIARF Research report, odabrana poglavlja	5	48
B. Tušek, L. Žager, I Barišić (2014) Interna revizija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, odabrana poglavlja	5	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	
Naziv predmeta	Standardi u ugostiteljstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s primjenom i razvojem standarda i standardizacije u ugostiteljstvu. Kroz kolegij prezentirat će se teorijske i praktične spoznaje u tom području po uzoru na Europsku uniju i svijet te ukazati da primjena standarda izražava određenu kvalitetu proizvoda i usluga u ugostiteljstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Povezati koncepte, modele i teorije iz područja primjene standarda u ugostiteljstvu
2. Prezentirati različite grupe standarda koji se primjenjuju u ugostiteljstvu
3. Usporediti standarde kvalitete i sigurnosti u ugostiteljstvu
4. Procijeniti kvalitetu primjene standarda u ugostiteljstvu

1.4. Sadržaj predmeta

EKONOMSKI ASPEKTI UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI : karakteristike ugostiteljstva kao proizvodno uslužna djelatnost, povezanost ugostiteljstva i turizma, mjere ekonomske politike usmjerene na razvoj ugostiteljstva.

STANDARDI I STANDARDIZACIJA U UGOSTITELJSTVU: prvi začeci primjene standarda u ugostiteljstvu, uloga i značaj standarda glede kvalitete ugostiteljskih usluga, proces standardizacije u ugostiteljstvu, primjena standarda EU u ugostiteljskoj praksi, tipizacija, standardizacija i unifikacija ugostiteljskih proizvoda i usluga, standardi kvalitete u standardnom nizu ISO 9000, 9001, 9002 i 9003., poznati svjetski standardi i njihova obilježja, uloga i značaj HACCP sustav u ugostiteljstvu.

STANDARDI U IZGRADNJI UGOSTITELJSKIH OBJEKATA: temeljna područja (vrste) ugostiteljskih standarda, ključni postupci planiranja izgradnje ugostiteljskih objekata shodno zakonskoj klasifikaciji i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, metodologija procjene opravdanosti investicijskog projekta gradnje hotelskog ili ugostiteljskog objekta, ekonomska nužnost uvođenja standarda i standardizacije u procesima izgradnje ugostiteljskih objekata.



STANDARDI UNUTRAŠNJEG UREĐENJA I OPREME UGOSTITELJSKIH OBJEKATA: standardi opremanja i uređivanja smještajnih jedinica u hotelu, radni kapaciteti i propusna moć proizvodno- poslužnih prostorija u ugostiteljskom objektu (kuhinja i blagovaona), funkcionalnost restoranskog odjela u ugostiteljskom objektu, struktura i kapaciteti odjela HIP- a, standardi ostalih odjela u hotelu.

STANDARDI NABAVE I ČUVANJE NAMIRNICA: procesi planiranja nabave namirnica u ugostiteljstvu, normativi utroška namirnica i pića, utvrđivanje strukture troškova u ostvarenom prihodu odjela HIP-a, empirijski standardi gubitka kod čišćenja i termičke obrade živežnih namirnica.

STANDARDI PROIZVODNO – USLUŽNOG PROCESA U UGOSTITELJSTVU: tipični oblici proizvodno-uslužnih procesa u odjelu HIP-a, standardizacija namirnica u pripremanju i prigrutavljanju jela, metode izračuna očekivanog broja gostiju u ugostiteljskom objektu, organizacija i tehnike posluživanja u ugostiteljstvu po uzoru na svjetske hotelske brandove.

KADROVSKI STANDARDI U UGOSTITELJSTVU: sistematizacija poslova i radnih zadataka, standardi hotelskih i ugostiteljskih zanimanja, standardi rada u hotelijerstvu i ugostiteljstvu, standardi cijelo životnog obrazovanja i usavršavanja zaposlenika, standardi znanja stranih jezika.

STANDARDI U PRIPREMI JELA: temeljni standardi ključnih postupaka EU u pripremi jela, standardi čuvanja, smrzavanja, odmrzavanja i pripreme namirnica, manipulacija rizičnim skupinama namirnica.

STANDARDI SITNOG INVENTARA U UGOSTITELJSTVU: standardi inventarizacije sitnog inventara u novo otvorenom ugostiteljskom objektu, standardi postelnog rublja u hotelu, standardi veličine restoranske ruberine, stolova, stolica, standardi radne odjeće zaposlenika.

STANDARDI POSLOVNE ETIKE UGOSTITELJSKOG OSOBLJA: standardi etičnosti ugostiteljskog osoblja, bonton u ugostiteljstvu, kodeks poslovnih odnosa i uzanci u ugostiteljstvu.

STANDARDI INFORMIRANJA GOSTIJU: primarni i sekundarni standardi glede informiranja gostiju, kućni red ugostiteljskog objekta, sredstva ponude u ugostiteljskom objektu, standardni povratnog informiranja.

STANDARDI UPRAVLJANJA POSLOVNIM REZULTATOM : postupci mjerenja i usporedbe mjerila uspješnosti poslovanja, utjecaj ukupnih troškova zaposlenika na standarde rada u ugostiteljstvu, utjecaj primjene suvremene tehnologije na standarde rada u ugostiteljstvu, organizacija rada, praćenje, evidencija i kontrola poslovanja u ugostiteljstvu, indikatori uspješnosti poslovanja prijemnog odjela i odjela HIP-a, uloga kontrolinga u poslovanju ugostiteljskog ili hotelskog poduzeća.

TENDENCIJE I MODELI OKRUPNJAVANJA U SVJETSKOM HOTELIJERSTVU: strategijski pristup korporativnom upravljanju u hotelijerstvu, modeli organizacije velikih turističkih korporacija po uzoru na EU i svijet, pristup horizontalnom i vertikalnom povezivanju u hotelijerstvu.

NOVI TRENDOMI MAKROORGANIZACIJE U SVJETSKOM HOTELIJERSTVU: poznati hotelski lanci i njihova temeljna obilježja, *all-inclusive* lanci, *club hotels* - njihova ponuda, prednosti i nedostaci, oblik franšiznog i savjetodavnog hotelskog udruženja u svjetskoj i europskoj praksi.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		
Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u sklopu nastave, izrada i prezentacija seminarskog rada, esej na zadanu temu, izrada samostalnog zadatka te učiti za kolokvije i završni pismeni ispit.		



1.8. <i>Praćenje¹² rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Pirja, D. (2009.). Standardi u turističkom ugostiteljstvu. Šibenik: Visoka škola za turizam Šibenik. 2. Avelini Holjevac, I. (2006.). Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji. Opatija: FMTU.							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Lazibat, T. (2009.). Upravljanje kvalitetom. Zagreb: Znanstvena knjiga. 2. Hayes, D.K., Ninemeier, J.D. (2003.). Hotel Operations Management. New Jersey: Prentice Hall.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Pirja, D. (2009.). Standardi u turističkom ugostiteljstvu. Šibenik: Visoka škola za turizam Šibenik.						5	48
Avelini Holjevac, I. (2006.). Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji. Opatija: FMTU.						5	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

¹² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	
Naziv predmeta	Financijska tržišta i institucije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s fundamentalnim znanjima o financijskim tržištima i institucijama u cilju razumijevanja tokova cirkuliranja novčanih sredstava. Studenti će u okviru izučavanja ovoga predmeta steći specifična znanja vezana uz razumijevanje hrvatskog financijskog sustava, središnjeg bankarstva, bankovnih poslova, nebankovnih financijskih institucija, platnog prometa, tržišta novca, te tržišta kapitala, čime će ovladati specifičnim znanjima u cilju donošenja ispravnih financijskih odluka.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Utvrditi spoznaje o funkcioniranju financijskog sustava
2. Utvrditi karakteristike financijskih tržišta i njihovih sudionika
3. Argumentirati karakteristike i poslove različitih bankovnih i drugih financijskih institucija
4. Izabrati, kritički prosuditi, te opravdati investicijske odluke na financijskom tržištu temeljem zadane studije slučaja

1.4. Sadržaj predmeta

Financijski sustav, karakteristike i funkcije financijskog sustava, ponuda i potražnja na financijskom tržištu, financijska imovina, instrumenti i transakcije, financijska piramida, kreditna sposobnost, kreditni rejting, izravno financiranje i financijsko posredovanje, bankovno i tržišno utemeljeni financijski sustavi, naznake o današnjim financijskim sustavima, financijska isključenost i alternativni financijski sustavi, pojam financijskih institucija, vrste financijskih institucija, tradicionalne i nove financijske institucije, središnje bankarstvo, karakteristike središnje banke, središnje banke izabranih zemalja, funkcije središnjih banaka, Banka, definiranje banaka, regulacija banaka, okrupnjavanje banaka, bankovni poslovi, pasivni bankovni poslovi, aktivni bankovni poslovi, nebankovne financijske institucije, klasifikacija nebankovnih financijskih institucija, depozitne štedne institucije, ugovorne štedne institucije, investicijski fondovi, državne financijske institucije, financijske kompanije, investicijske banke, brokeri i dealeri, ostale financijske institucije, platni promet, pojam vrste i kategorije platnog prometa, infrastruktura plaćanja u europskoj



<p>uniji, platni promet u Hrvatskoj, instrumenti međunarodnih plaćanja i osiguranja plaćanja, bankovna garancija, kliring u međudržavnim plaćanjima, platne kartice, mjenica, zadužnica, Financijska tržišta, uloga i funkcija financijskih tržišta, primarno i sekundarno financijsko tržište, devizno tržište, država na financijskom tržištu, sekuritizacija aktive, tržište novca, definicija i značaj tržišta novca, tržišta novca u razvijenim ekonomijama, međunarodno tržište novca, tržište kapitala, funkcije tržišta kapitala, pravna regulacija tržišta kapitala, investicijsko bankarstvo, institucije tržišta kapitala, Hrvatski financijski sustav (razvoj i opće karakteristike sustava, dostignuti stupanj razvijenosti financijskog sustava, tranzicija kriza i početak oporavka, kreditne institucije, ostale financijske institucije, HANFA, Zagrebačka burza, tržište novca i kratkoročnih vrijednosnica, Hrvatska banka za obnovu i razvoj)</p>							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave (redoviti studenti min. prisustvo 75%), aktivno sudjelovanje u nastavi, pisanje kolokvija i pismenog ispita.							
1.8. Praćenje ¹³ rada studenata							
Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,25	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	0,25
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Leko, V., & Stojanović, A. (2018). Financijske institucije i tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu. 2. Prohaska, Z., Radman Peša, A. & Olgić Draženović, B. (2020) Razvoj financijskih tržišta i osnove investicijske analize. Zadar, Sveučilište u Zadru.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Mishkin, F.S. & Eakins S.G. (2019). Financijska tržišta i institucije (8. izd.). Zagreb: MATE. 2. Ivanović, Z. (1997). Financijski menadžment (2. izd.). Opatija: Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj	Broj	

¹³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



	<i>primjeraka</i>	<i>studenata</i>
Leko, V., & Stojanović, A. (2018). Financijske institucije i tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu.	5	48
Prohaska, Z., Radman Peša, A. & Olgić Draženović, B. (2020) Razvoj finansijskih tržišta i osnove investicijske analize. Zadar, Sveučilište u Zadru.	6	48
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	
Naziv predmeta	Poduzetništvo u kulturi	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa teorijskim spoznajama o poduzetništvu, kulturi, stvaranju kulturne ponude te poduzetništvu u kulturi s naglaskom na nove trendove ponude i potražnje na turističkom tržištu (kulturni turizam, kreativni turizam) te efikasnog poslovnog odlučivanja i koncepcije razvoja organizacija u kulturi. Osim toga u okviru kolegija studenti će se upoznati sa značenjem kulturnih i kreativnih industrija u suvremenim gospodarstvima te novim strateškim usmjerenjima organizacija u kulturi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati teorijske pojmove vezane uz poduzetništvo u kulturi, poslovanje organizacija u kulturi, zakonsku regulativu
2. Utvrditi ulogu kulturne i kreativne industrije u suvremenim gospodarstvima
3. Procijeniti sadašnje stanje te argumentirati strategije provođenja poslovnih politika u organizacijama kulture
4. Planirati nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi
5. Utvrditi sinergijsko djelovanje kulture i turizma (novi trendovi u kulturnom turizmu)

1.4. Sadržaj predmeta

Uvodno predavanje. Teorijske determinante poduzetništva i kulture. Kulturne potrebe, kulturna politika i kulturni razvoj. Kulturne i kreativne industrije. Specifičnosti poduzetništva u organizacijama kulture. Oblici organiziranja kulturnih ustanova. Zakonska regulativa i poduzetništvo u kulturi i intelektualno vlasništvo. Poslovni proces i poduzetničke strategije. Planiranje i financiranje u organizacijama kulture. Poticaji poduzetništvu u kulturi RH i EU projekti u kulturi. Nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi. Sinergija poduzetništva u kulturi i turizma. Selektivni oblici turizma i značenje poduzetništva u kulturi. Praktični primjeri iz poduzetništva u kulturi



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit te sudjelovati na terenskoj nastavi.							
1.8. Praćenje ¹⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,2
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar. 2. Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE 3. Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. 4. Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Buble, M., Kružić, D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Zagreb: RRIF. 2. Pavičić, J., Alfirević, N. (2006). Aleksić, Lj., Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia. 3. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga. 4. Tausi, R. (2012). Ekonomika kulture. Beograd: Clio. 5. Cetinski, V., Šugar, V., Perić, M. (2012). Menadžment institucija i destinacija kulture. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.					10	48	

¹⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE	10	48
Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk	5	48
Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)		
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Statistička kontrola kvalitete	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Stjecanje općih i specifičnih kompetencija nužnih za pravilno opisivanje, definiranje, interpretiranje, tumačenje i argumentiranje osnovnih pojmova, metoda, tehnika i instrumentarija statističke kontrole kvalitete s naglašavanjem aplikativnih mogućnosti u suvremenom turističko-hotelskom gospodarstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Za upis predmeta studenti moraju posjedovati znanje iz područja statistike i menadžmenta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da studenti nakon položenog ispita iz predmeta Statistička kontrola kvalitete (3 ECTS) mogu:

1. Pravilno formulirati temeljne pojmove iz statističke kontrole kvalitete
2. Klasificirati i formulirati različite pristupe statističke kontrole kvalitete, procese kao elemente organizacijskih sustava i alate statističke kontrole kvalitete
3. Ocijeniti jednostavnije projekte i samostalne zadatke iz područja primjene statističke kontrole kvalitete na konkretnim primjerima vezanim za turističko i hotelsko poslovanje.
4. Donositi relevantne zaključke temeljene na korištenim alatima statističke kontrole kvalitete

1.4. Sadržaj predmeta

Statistički instrumentarij kontrole i poboljšanja procesa. Počeci i evolucija statističke kontrole kvalitete. Konceptualni aspekti i temeljne značajke procesa. Sposobnost i stabilnost procesa. Indeksi sposobnosti procesa. Shewhartove kontrolne karte. Statistički temelji kontrolnih karata. Vrste kontrolnih karata. Kontrolne karte za attribute. Kontrolne karte za varijable. Ostale metode i tehnike statističke kontrole kvalitete.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

Predavanja, seminari i radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i seminari omogućit će studentima detaljnije

analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja.							
1.7. Obveze studenata							
Student je dužan izraditi samostalne zadatke, uz korištenje obavezne i dopunske literature, te ostalih dostupnih izvora, te na taj način demonstrirati stečena znanja, vještine i sposobnosti iz odabranog područja predmeta. Studentima je omogućen timski rad, no preporuča se i samostalno istraživanje.							
1.8. Praćenje ¹⁵ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,4
Projekt	0,4	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Baldigara, T. & Mušanović, J. (2022). <i>Statistička kontrola kvalitete</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (e-nastavni materijal u pripremi)							
2. Baldigara, T. & Mušanović, J. (2021). <i>Statistička kontrola procesa</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (predavanja postavljenih na mrežnoj stranici kao nastavni tekst)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Montgomery, D. C. (2020). <i>Introduction to statistical quality control</i> . John Wiley & Sons.							
2. Wheeler, D. J. & Chambers, D. S., (2010). <i>Understanding Statistical Process Control</i> (Third Edition). Knoxville, Tennessee: SPC Press. Inc.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Baldigara, T. & Mušanović, J. (2022). <i>Statistička kontrola kvalitete</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (e-nastavni materijal u pripremi)						Online PDF	48
Baldigara, T. & Mušanović, J. (2021). <i>Statistička kontrola procesa</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (predavanja postavljenih na mrežnoj stranici kao nastavni tekst)						Online PDF	48
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i							

¹⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	15+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi predmeta su:

- studentima pružiti osnovno znanje o *Big Data* i umjetnoj inteligenciji
- objasniti koji su izazovi, prednosti i ograničenja primjene *Big Data* i umjetne inteligencije
- studente upoznati sa analizom *Big Data* i umjetnom inteligencijom kao alata za rješavanje poslovnih problema, za donošenje odluka te unaprjeđenje kvalitete poslovnih procesa
- primjerima dobre prakse prikazati primjenu umjetne inteligencije i analizu *Big Data* u turizmu i hotelijerstvu

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis predmeta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušane nastave studenti će moći:

- razlikovati specifičnosti *Big Data* od klasičnih podataka i pristupe njihovoj analizi
- opravdati primjenu *Big Data* i umjetne inteligencije u turizmu i hotelijerstvu
- kritički prosuđivati tehnološke inovacije iz područja *Big Data* i umjetne inteligencije za unaprjeđenje poslovnih procesa.

1.4. Sadržaj predmeta

- Tehnološka evolucija.
- Vrste i izvori podataka.
- Definicija i obilježja *Big Data*.
- Društveni i etički izazovi *Big Data*.
- Životni ciklus *Big Data* analitike.
- Metode prikupljanja, pohranjivanja, obrade i upravljanja *Big Data*.
- Big Data* u turizmu i hotelijerstvu.
- Definicija i podjela umjetne inteligencije.
- Područja primjene umjetne inteligencije u turizmu i hotelijerstvu u svrhu poboljšanja kvalitete

usluga. • Umjetna inteligencija u turizmu i hotelijerstvu - primjeri dobre prakse.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari	Predavanja, seminari i radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i seminari omogućit će studentima detaljnije analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja. Studenti će imati priliku otići u hotelsko poduzeće i vidjeti kako se prikuplja i obrađuje Big data i primjenjuje umjetna inteligencija u praksi.						
1.7. Obveze studenata							
Prisustvovanje predavanjima, seminarskoj i terenskoj nastavi je obavezno. Od studenata se očekuje da prouče preporučenu literaturom i/ili online izvore za aktivno sudjelovanje u nastavi. Od studenata će se zahtijevati da tijekom nastave, u malim grupama, aktivno sudjeluju u rješavanju kraćih studija slučaja.							
1.8. Praćenje ¹⁶ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	0,4
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Mušanović, J. (2022). <i>Osnove Big Data i umjetne inteligencije</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (nastavni materijal u pripremi) 2. Kelleher, J. D. & Tierney, B. (2021). <i>Znanost o podacima</i> . Zagreb: Mate d.o.o. 3. Davenport, T. H. (2021). <i>Prednost umjetne inteligencije</i> . Zagreb: Mate d.o.o.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Sarangi, S. & Sharma, P. (2020). <i>BIG DATA – A Beginner's Introduction</i> . London: Routledge. 2. Aivalis C.J. (2021) Big Data Technologies. In: Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (eds) <i>Handbook of e-Tourism</i> . Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_23-1 . 3. Bulchand-Gidumal J. (2020) Impact of Artificial Intelligence in Travel, Tourism, and Hospitality. In: Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (Eds.) <i>Handbook of e-Tourism</i> . Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_110-1 . 4. Sigala, M., Rahimi, R., & Thelwall, M. (Eds.). (2019). <i>Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality: Managerial Approaches, Techniques, and Applications</i> . Springer.							

¹⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



5. Marr, B. (2016). *Big data in practice: how 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results*. New York: Wiley & Sons.
6. Marr, B. (2015): *Big Data: Using Smart Big Data Analytics And Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance*. New York: Wiley & Sons.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Mušanović, J. (2022). <i>Osnove Big Data i umjetne inteligencije</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (nastavni materijal u pripremi)	online PDF	48
Kelleher, J. D. & Tierney, B. (2021). <i>Znanost o podacima</i> . Zagreb: Mate d.o.o.	5	48
Davenport, T. H. (2021). <i>Prednost umjetne inteligencije</i> . Zagreb: Mate d.o.o.	5	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Luksuzni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj ovog predmeta je utvrditi i iskazati važnost razvoja luksuznog turizma kroz razvoj luksuznih turističkih proizvoda u svrhu stvaranja turizma koji diferencira turističke destinacije. Na temelju konceptualno-teorijskog okvira, prateći trendove na turističkom tržištu, postavljaju se odrednice razvoja luksuznog turizma na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će:

1. Razviti temeljno razumijevanje luksuznog turizma.
2. Planirati luksuzna događanja u turističkoj destinaciji.
3. Kreirati luksuzni turistički proizvod.

1.4. Sadržaj predmeta

Luksuzni turizam – pojam i definicije; sudionici u luksuznom turizmu; luksuzni turistički proizvod; održivi luksuz i etika; luksuzni modni i životni trendovi u turizmu; strategija i tehnike stvaranja vrijednosti u luksuznom turizmu; liderstvo i upravljanje luksuznim markama; luksuzni event; kreiranje luksuznog turističkog proizvoda; destinacija luksuznog turizma (shopping destinacije, ekskluzivni privatni otoci, gastronomske destinacije-restorani sa Michelin zvjezdicama); luksuzna vjenčanja; korporativno gostoprimstvo na velikim događajima; razumijevanje operativnih, financijskih i kulturnih imperativa luksuznog gostoprimstva; luksuzni turizam kao odgovor na društvene promjene, tehnološke inovacije i na održivost; luksuzna krstarenja; luksuzni turistički prijevoz (vlakovi, zračni prijevoz, cestovna vozila).

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo



1.6.	Komentari						
1.7.	Obveze studenata						
Aktivno sudjelovanje u nastavi, izvršavanje samostalnih i grupnih radova, kolokviji i završni ispit.							
1.8.	Praćenje ¹⁷ rada studenata						
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	0,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Autorizirani nastavni materijali u pripremi							
2. Gržinić, J. (2019). Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Anupama S. K., Edited by Saurabh, K. D. (2022). The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism, UK: Bingley, Emerald Publishing Limited							
2. Conrady, R., Ruetz, D., Aeberhard, M. (2020). Luxury Tourism: Market Trends, Changing Paradigms, and Best Practices, Germany: Worms, Springer							
3. Swarbrooke, J. (2018). The Meaning of Luxury in Hospitality, Events and Tourism, UK: Oxford, Goodfellow publisher							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2019). Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli						e-materijali	48
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

¹⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Nadia Pavia	
Naziv predmeta	Organizacijsko ponašanje	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni kolegij	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa temeljnim pojmom organizacije i organizacijskog ponašanja. Studente će se osposobiti da primijene stečena teoretska saznanja o oblikovanju poslova u turizmu i hotelijerstvu, analiziraju ponašanje zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu, analiziraju organizacijske probleme u uvjetima promjenjive okoline. Student će moći kreirati i argumentirati potencijalne aktivnosti za efikasniji razvoj organizacijskih sustava u turizmu i ugostiteljstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će studenti nakon odslušanog i položenog ispita:

1. Prosuđivati teoretske determinante organizacijskog ponašanja;
2. Prosuđivati okruženje turističko-ugostiteljskih poduzeća i predložiti promjene;
3. Razviti sposobnost komuniciranja i razumijevanja zaposlenih;
4. Utvrditi uzroke ponašanja ljudi i primijeniti vještine organizacijskog ponašanja

1.4. Sadržaj predmeta

Cilj i područje organizacijskog ponašanja; Individualno ponašanje; Percepcija i individualno odlučivanje, Razumijevanje motivacije, Grupno ponašanje u organizaciji; Komunikacija; Sukobi u organizaciji; Organizacijska kultura; Upravljanje ljudskim resursima; Organizacijske promjene.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata



Pohađati nastavu uz aktivno sudjelovanje, te izvršavanje nastavnih obveza.

1.8. Praćenje¹⁸ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,3	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Robbins, S. P., Judge, T. A. (2009). Organizacijsko ponašanje. Zagreb: Mate, d.o.o.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Robbins, P. S. (1996). Bitni elementi organizacijskog ponašanja, Zagreb: Mate, d.o.o.
2. Mullins, J. L. (2001). Hospitality Management and Organisational Behaviour. Harlow, London, New York: Pearson Longman

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Robbins, S.P. Judge, T.A. (2009.) Organizacijsko ponašanje, Zagreb: Mate, d.o.o.	20	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	
Naziv predmeta	Opskrbni lanci u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1.godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s pojmom opskrbnog lanca, specifičnostima opskrbnih lanaca u turizmu i ugostiteljstvu, te utjecajem opskrbnih lanaca na kvalitetu i konkurentnost turističke ponude. Studenti će biti u stanju razlikovati složene opskrbe lance u turizmu, definirati njihovu strukturu i mjere za veću učinkovitost. Također će moći odabrati i oblikovati model upravljanja opskrbnim lancem radi postizanja kvalitetnije turističke usluge.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti u stanju:

1. Klasificirati različite vrste opskrbnih lanaca u turizmu
2. Kritički prosuđivati utjecaj pojedinog opskrbnog lanca na kvalitetu turističke ponude
3. Vrednovati različite opcije opskrbnih lanaca prema unaprijed definiranim kriterijima za postizanje planiranog cilja.

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i koncepcija opskrbnog lanca. Opskrbni lanac turističke usluge. Tipizacija opskrbnih lanaca u turizmu. Upravljanje opskrbnim lancima/kapaciteom i isporukom usluge. Vrijednosni lanac. Organizacijska podloga opskrbnih lanaca. Održivi opskrbni lanci.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata



Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u njoj, te redovito izvršavanje nastavnih obaveza.

1.8. Praćenje¹⁹ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,2	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,5
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Bloomberg, D.J., LeMay S., Hanna J.B. (2006). Logistika, Mate d.o.o. (prijevod); odabrana poglavlja
2. Jacobs, F.R. & Chase, R.B. (2018). Upravljanje operacijama i lancem opskrbe, Zagreb, Mate d.o.o. (prijevod); odabrana poglavlja
3. Mrnjavac, E. (2010). Logistički menadžment u turizmu, Opatija, FMTU; odabrana poglavlja

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Fawcett, P. (2000). Managing Passenger Logistics, London, Kogan page
2. Porter, M.E. (2013). Konkurentska prednost-postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb, Masmedia (prijevod)

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Bloomberg, D.J., LeMay S., Hanna J.B. (2006). Logistika, Mate d.o.o. (prijevod)	5	48
Jacobs, F.R. & Chase, R.B. (2018). Upravljanje operacijama i lancem opskrbe, Zagreb, Mate d.o.o. (prijevod)	5	48
Mrnjavac, E. (2010). Logistički menadžment u turizmu, Opatija, FMTU	15	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Lorena Bašan	
Naziv predmeta	Marketing turističke destinacije i održivost	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Osnovni ciljevi predmeta su:

1. upoznati studente s važnošću održivosti i razumijevanjem primjene koncepta održivosti i održivog marketinga u kontekstu turističke destinacije
2. osposobiti studente za primjenu stečenog teoretskog marketinškog znanja u konkretan kontekst održivosti pojedine turističke destinacije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita iz ovog predmeta očekuje se da će studenti biti u stanju:

1. kritički prosuđivati koncepte održivog razvoja turizma i održivog marketinga u kontekstu turističke destinacije
2. klasificirati ključne kriterije segmentacije tržišta za održivost destinacije i čimbenike koji utječu na ponašanje zelenih potrošača
3. utvrditi značajke održivosti u brandiranju i održive konkurentske prednosti turističke destinacije
4. procijeniti primjenu održivih marketinških instrumenata i strategija u turističkoj destinaciji
5. preporučiti mjere unapređenja primjene održivosti, te smjernice za održivi marketing i post-krizni marketing u turističkoj destinaciji.

1.4. Sadržaj predmeta

Tržište turističkog proizvoda destinacije i održivost – promjene u turističkoj ponudi i potražnji; Pojam, obilježja i značaj turističke destinacije; Održivi razvoj turizma i društveno odgovorno poslovanje u turističkoj destinaciji; Pojam održivog marketinga i razlike u odnosu na konvencionalni marketing; Uloga marketinga u održivom razvoju turističke destinacije; Segmentiranje, izbor i pozicioniranje za održivost turističke destinacije; Osobitosti zelenih potrošača i održiva potrošnja; Održiva konkurentska prednost turističke destinacije; Aspekt održivosti u brandiranju destinacije; Posebnosti održivog turističkog proizvoda destinacije i inovacije za održivost; Cijena održivog turističkog proizvoda; Ekološki odgovorno



upravljanje opskrbnim lancem u kontekstu turističke destinacije; Održiva marketinška komunikacija;
Primjeri dobre prakse održivosti u turističkim destinacijama

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	--

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave, aktivnost na nastavi, izrada i prezentacija projektnog zadatka, kolokviji, završni ispit

1.8. Praćenje ²⁰ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

1. Nefat, A.: Strategije održivog marketinga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2019.
2. Berc Radišić, B.: Marketing turističkoga proizvoda destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
3. Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Pike, S.: Destination marketing – essentials, Second edition, Routledge, 2015.
2. Nefat, S.: Zeleni marketing, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2015.
3. Belz, F.M., Peattie, K.: Sustainability Marketing: A Global Perspective, Second edition., Wiley, 2012.
4. Martin, D., Schouten, J.: Sustainable Marketing, Pearson Education, 2012.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu
--

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Nefat, A.: Strategije održivog marketinga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2019.	5	48
Berc Radišić, B.: Marketing turističkoga proizvoda destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.	17	48
Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o.,	21	48

²⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Zagreb, 2008.		
1.13.	<i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>	
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Romina Alkier	
Naziv predmeta	Ruralni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je argumentirano obrazložiti ulogu i važnost ruralnog turizma u razvoju i unaprjeđenju turističke ponude destinacije. Pritom se naglasak stavlja na kritičko prosuđivanje koncepta ruralnog turizma, procjenu karakteristika, učinaka i stanja ruralne turističke ponude u destinaciji, praćenje promjena u stavovima turističke potražnje i organizacije turističke ponude u ruralnim destinacijama i na seoskim turističkim gospodarstvima. Posebna se pozornost također posvećuje utvrđivanju povijesnog i pravnog okvira ruralnog turizma, praćenju domaćih i inozemnih razvojnih trendova ruralnog turizma, te prikladnom kombiniranju stečenih teorijskih znanja prilikom planiranja razvojnih i marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će nakon položenog ispita studenti moći:

1. kritički prosuđivati koncept ruralnog turizma;
2. argumentirano obrazložiti važnost i ulogu ruralnog turizma u suvremenoj turističkoj ponudi;
3. procijeniti karakteristike, učinke i stanje ruralne turističke ponude u destinaciji;
4. utvrditi povijesni i pravni okvir ruralnog turizma;
5. kombinirati stečena teorijska znanja u planiranju razvojnih i marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije.

1.4. Sadržaj predmeta

Nastanak i razvoj ruralnog turizma; Prirodna osnova i ruralni turizam; Povijesni i pravni okvir ruralnog turizma; Činitelji razvoja ruralnih oblika turizma; Učinci ruralnog turizma; Ruralni turizam i okoliš – turizam održivog razvoja; Turističke potrebe i profil turista u ruralnom turizmu; Ambijentalni resursi i ljudski potencijali u ruralnom turizmu; Turističke atrakcije i ruralni turizam; Gastronomska ponuda u ruralnom turizmu; Model financiranja ruralnog turizma; Marketing u ruralnom turizmu; Aktualno stanje ruralnog turizma u RH; Pretpostavke razvoja seljačkog (agro) i ostalih ruralnih oblika turizma; Ruralni turizam u Europi



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u sklopu nastave, izrada i prezentacija seminarskog rada, pisanje eseja na zadanu temu, te učenje za kolokvije i završni pismeni ispit.							
1.8. Praćenje ²¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici 2. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Meridijani. 2. Grupa autora (2007.). Ruralni turizam (skripta). Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodoslovno-matematički fakultet u Novom Sadu							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici					5	48	
Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.					5	48	
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim							

²¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	
Naziv predmeta	Tehnike pregovaranja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija i vještina analize pregovaračkog susreta u svrhu formulacije pregovaračkih taktika i strategija. Upravljanjem emocijama, rješavanjem konflikata i razvojem komunikacijskih vještina, studenti će identificirati svoju pregovaračku osobnost u domaćim i međunarodnim pregovaračkim prilikama, poštujući kulturalne različitosti i etička načela. Usvajanjem općih znanja potrebnih za poslovno pregovaranje i persuazivnu komunikaciju te stjecanjem vještina za pripremu, organizaciju i izvođenje uspješnih pregovaračkih procesa, studenti će kritički promisliti o upotrebi kreativnosti, igara i mudrosti u poslovnim pregovorima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

1. Usporediti karakteristike pregovaračkih načela, strategija i taktika u pregovaračkom procesu.
2. Procijeniti važnost komunikacijskih vještina, kompetencija upravljanja emocijama i rješavanja konflikata u provođenju uspješnog pregovaračkog procesa.
3. Prosuditi vrijednost pregovaračke osobine, pregovaračke moći i pregovaračke poluge u kroskulturalnom pregovaranju.
4. Formulirati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.
5. Odabrati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u persuazivnu komunikaciju.
2. Karakteristike pregovaranja.
3. Pristupi i strategije pregovaranja.
4. Priprema za pregovarački proces.
5. Pregovaračke taktike prodavača.
6. Pregovaračke taktike kupca.
7. Osobnost pregovarača.



8. Komunikacijske vještine u pregovaranju. 9. Upravljanje emocijama u pregovaranju. 10. Rješavanje konflikta u pregovaranju. 11. Pregovaranje u međunarodnom tržištu. 12. Etika i kultura u pregovaranju. 13. Kreativnost, igra i mudrost u pregovaranju.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.8. Praćenje ²² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb. 2. Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> , Mate, Zagreb.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Rudd, J. E., & Hughes, D. T. (2019). <i>Negotiation Preparation in a Global World: Symptoms of Success and Failure</i> . Routledge. 2. Baber, W. W., & Fletcher-Chen, C. C. (2020). <i>Practical Business Negotiation</i> . Routledge.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb.						5	48
Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> ,						5	48

²² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Mate, Zagreb.		
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Prof. dr. sc. Nadia Pavia Doc. dr sc. Marta Cerović	
Naziv predmeta	Kreiranje vrijednosti u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa temeljnim principima ekonomije doživljaja s posebnim osvrtom na kreiranje vrijednosti u turizmu. Nakon položenog ispita student će biti sposoban interpretirati i primijeniti nova znanja o kreiranju vrijednosti u turizmu. Student će moći argumentirati važnost upravljanja doživljajima u turizmu, prepoznati izazove upravljanja vrijednostima i doživljajima iz perspektive turističke ponude i potražnje.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će student nakon odslušanog i položenog ispita moći:

1. Procijeniti ograničenja i izazove u stvaranju vrijednosti turističkih proizvoda i usluga s naglaskom na doživljaje
2. Prosuditi postojeće i predložiti nove oblike turističke potražnje i procese odlučivanja u turizmu

1.4. Sadržaj predmeta

Vrijednosti u turizmu
Doživljaji u turističkoj ponudi
Osnove ekonomije doživljaja
Vrijednosti doživljaja u turizmu
Kreiranje vrijednosti i održivi turizam
Menadžment doživljaja u turizmu
Razumijevanje potražnje za turističkim doživljajima
Upravljanje promjenama vrijednosti proizvoda i usluga u turizmu
Organizacijska kultura u funkciji kreiranja vrijednosti
Trendovi kreiranja vrijednosti u turizmu

1.5. Vrste izvođenja nastave

- ☒ predavanja
☒ seminari i radionice
☐ vježbe

- ☒ samostalni zadaci
☐ multimedija i mreža
☐ laboratorij



		<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. <i>Komentari</i>					
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Pohađanje nastave uz aktivno sudjelovanje, te izvršavanje nastavnih obveza.					
1.8. <i>Praćenje²³ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,9
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej	0,6
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat	
Portfolio					
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici. 2011. Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb : Školska knjiga. 2. Pavia, N., Cerović, M., Kreiranje vrijednosti u turizmu (u pripremi) 3. Melissen, F., and B. Smit. 2018. Sustainable customer experience design : co-creating experiences in events, tourism and hospitality . Abingdon; New York : Routledge.					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Melissen, F., Van der, J.P. Rest, Josephi, and R. (eds.) S.Blomme. 2014. <i>Hospitality experience : an introduction to hospitality management</i> . Groningen : Noordhoff Uitgevers B.V. 2. Prebensen, N. K., J. S. Chen, and M. Uysal. 2018. <i>Creating experience value in tourism</i> . Wallingford; Boston : CABI.					
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici. 2011. Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb : Školska knjiga.				5	48
Melissen, F., and B. Smit. 2018. Sustainable customer experience design : co-creating experiences in events, tourism and hospitality . Abingdon; New York : Routledge				5	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>					

²³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Nataša Kovačić	
Naziv predmeta	Pametni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	15+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Upoznati studente s konceptom pametnog turizma, njegovim konstruktima, značajem i mogućnostima, te ih osnažiti i kapacitirati za primjenu stečenih znanja i kritičkog promišljanja u izradi samostalnog zadatka vezanog uz mogućnosti stvaranja „pametnije“ turističke ponude.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuditi pojedinačnu ulogu svakog ključnog konstrukta koncepta pametnog turizma (dostupnost, održivost, digitalizacija i inovativnost, kreativnost) u destinacijama pametnog turizma.
2. Prosuditi mogućnosti i izazove implementiranja pametnih tehnologija u turizmu, s naglaskom na upravljanje mobilnošću.
3. Procijeniti utjecaj primjene novih informacijskih tehnologija na različite segmente ponude u turizmu.
4. Procijeniti utjecaj ICT-a i medija u procesu kreiranja vrijednosti u turizmu.
5. Predložiti mogućnosti inoviranja postojeće turističke ponude zasnovano u razumijevanju koncepta pametnog turizma i pametnih destinacija, te mogućnostima informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

1.4. Sadržaj predmeta

Pametni gradovi.

Pametne turističke destinacije.

Pametni turisti, njihovo ponašanje i uloga u (pametnom) turizmu destinacije.

Modaliteti stvaranja pametnih destinacija i indikatori praćenja.

Fizička dostupnost u turizmu. Dostupnost informacija u pametnom turizmu.

Očuvanje i unapređenje prirodnog okoliša. Pametni turizma i klimatske promjene. Disperziranje tokova turista.



Dostupnost informacija ciljnim skupinama korisnika prostora destinacije. Pametnije upravljanje turističkom destinacijom. Fizička i psihološka dostupnost destinacije kroz tehnologiju i inovacije. Pametni turizam i kulturna ostavština. Infrastruktura zajednice i pametni turizam. Kulturna baština kao izvor kreativnosti u turizmu.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Studenti su uz aktivno sudjelovanje na predavanjima koje će se vrednovati kroz aktivnost u nastavi, obvezni sudjelovati na jednom terminu terenske nastave, kao i izraditi samostalni zadatak kojime će demonstrirati savladavanje ishoda učenja kolegija.

Aktivnost na nastavi vrednovati će se kroz samostalne zadatke manjeg obima, koji će se realizirati na satu, no za koje će priprema biti odrađena na prethodnom satu (vrijeme za istraživanje) ili kod kuće. Aktivnost će se provoditi u tri navrata, a maksimalno je moguće ostvariti 6%.

Terenska nastava organizirati će se u formi posjeta jednom od tehnoloških tvrtki ili nositelja aktivnosti pametnih gradova / pametnog turizma na području Kvarnera, u trajanju jednog nastavnog bloka, nakon čega će studenti trebati napisati osvrt za koji je moguće ostvariti maksimalno 4%.

Na kolegiju će se pisati dva kolokvija, koja će nositi jednako bodova – maksimalno je moguće ostvariti 24% na svakom.

Za istraživački rad, koji će odrađivati individualno, u etapama i uz detaljne upute, studenti sumarno mogu ostvariti 12%. Istraživački rad utemeljen je u znanju stečenom na nastavi, ali i samostalnom istraživačkom radu studenata, a usmjeren na kreativna i inovativna rješenja za postojeće turističke destinacije ili turistička poduzeća, a koje koncept pametnog turizma uvažava.

Završni ispit realizirati će se u usmenom obliku.

1.8. Praćenje²⁴ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej		Istraživanje	0,7
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Terenska nastava	0,2				

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

²⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. *Pametni turizam – materijali u pripremi*
2. Madžar, Daniela i Andrijana Ostojić Mihić. 2020. *Kreativnost i inovativnost u turizmu*. Mostar: Sveučilište u Mostaru.
3. Xiang, Z. and Daniel R. Fesenmaier (Eds.). 2018. *Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods*. Cham: Springer International Publishing AG.
4. Gajdošik, T. 2022. *Smart Tourism Destination Governance: Technology and Design-Based Approach*. Routledge.
5. Romão, J. (Ed.). 2021. *Tourism, Smart Specialization and Sustainable Development*. Mdpi AG.
6. Gretzel, U. 2018. From smart destinations to smart tourism regions. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, 42: 11761-11766. <https://investigacionesregionales.org/wp-content/uploads/sites/3/2019/01/10-GRETZEL.pdf>
7. Boes, K., Buhalis, D., and Inversini, A. 2015. Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In Tussyadiah, I. and A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*, 391–403. Cham: Springer. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00012-3](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00012-3)
8. Boes, K., Buhalis, D., and Inversini, A. 2016. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2): 108-124, <http://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
9. Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., and Ivars-Baidal, J. A. 2019. Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal*, 39(2): 109-133, <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1508458>
10. Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., and Koo, C. 2015. Smart Tourism Challenges. *Journal of Tourism*, 16(1): 41–47. <http://doi.org/10.1108/JTF-12-2014-0023>
11. Gretzel, U., Zhong, L., and Koo, C. 2016. Application of smart tourism to cities. *International Journal of Tourism Cities*, 1(3): 216–233, <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IJTC-08-2014-0014>
12. Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J.-N., and Perles-Ivars, Á. F. 2017. Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13): 1581-1600. <http://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Buhalis D., and Amaranggana A. 2013. Smart Tourism Destinations. In: Xiang Z., Tussyadiah I. (Eds.) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
2. Buhalis, D. and Leung, R. 2018. Smart hospitality – Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71: 41-50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>
3. Doric, J., Komsic, J. and Markovic, S. 2019. Mobile technologies and applications towards smart tourism – state of the art. *Tourism Review*, 74(1): 82-103. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2017-0121>
4. Đuho, N. and Milak, M. 2019. Koncept pametnoga grada u hrvatskom urbanom kontekstu. *Kroatologija*, 10(2): 85-104. <https://hrcak.srce.hr/244649>
5. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., and Koo, C. 2015. Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3): 179–188. <http://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
6. Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., and Lamsfus, C. 2015. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50: 558–563. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
7. *GrowSmarter - From dream to reality: recommendations for policymakers and practitioners*. Granström, S. (Ed.) City of Stockholm. Available at: https://grow-smarter.eu/fileadmin/editor-upload/Reports/recommendations_for_Policy_makers_and_practitioners.pdf
8. Barlow, M., and Levy-Bencheton, C. 2019. *Smart Cities, Smart Future: Showcasing Tomorrow*. Hoboken: Wiley.

9. Dameri, R.P. 2017. *Smart City Implementation: Creating Economic and Public Value in Innovative Urban Systems*. Cham: Springer.
10. SEGITTUR. 2015. *Smart Destinations Report: building the future*. http://www.millennium-destinations.com/uploads/4/1/9/7/41979675/smart-destination_segittur.pdf
11. Albino, V., Berardi, U. and Dangelico, R.M. 2015. Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives, *Journal of Urban Technology*, <http://doi.org/10.1080/10630732.2014.942092>

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Madžar, Daniela i Andrijana Ostojić Mihić. 2020. <i>Kreativnost i inovativnost u turizmu</i> . Mostar: Sveučilište u Mostaru.	5	48
Gajdošik, T. 2022. <i>Smart Tourism Destination Governance: Technology and Design-Based Approach</i> . Routledge.	5	48
Romão, J. (Ed.). 2021. <i>Tourism, Smart Specialization and Sustainable Development</i> . Mdpi AG.	5	48
Xiang, Z. and Daniel R. Fesenmaier (Eds.). 2018. <i>Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods</i> . Cham: Springer International Publishing AG.	5	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	
Naziv predmeta	Investicijski menadžment	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u turizmu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA
1.1. Ciljevi predmeta <p>Cilj kolegija je da se studenti upoznaju sa procesom formulacije, ocjene, pripreme i izvedbe investicijskih projekata. Planiranje investicijskih projekata je proces kreativnog optimiranja upotrebe raspoloživih resursa, a uključuje pripremu, ocjenu, izvedbu i poslovanje investicijskog projekta. To je aktivnost donositelja investicijskih odluka, koja se temelji na primjeni određenih metoda i tehnika rada usmjerenih na izradu pouzdane dokumentacijske osnove za donošenje odluke o prihvatljivosti pojedinih rješenja i investicijskog projekta u cjelini. Cilj kolegija je da obradi pripremu i ocjenu investicijskih projekata te da u tom pogledu izloži standardne analitičke postupke u skladu sa dostignućima moderne struke, međunarodnim standardom i praksom.</p>
1.2. Uvjeti za upis predmeta <p>Nema.</p>
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet <p>Očekuje se da studenti nakon položenog ispita iz kolegija Investicijski menadžment u hotelijerstvu mogu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kritički prosuditi ključne koncepte i teorije u području investicijskog menadžmenta 2. Osmisliti poslovni plan te evaluirati njegovu realizaciju 3. Utvrditi različite investicijske odluke kod analize tržišta, tehnološko tehničke analize, analize lokacije i ekonomsko financijske ocjene investicijskog projekta 4. Prosuditi i ocijeniti investicijske projekte 5. Samostalno oblikovati istraživački zadatak
1.4. Sadržaj predmeta <p>UVOD U INVESTICIJSKI MENADŽMENT - Pristup planiranju i poslovnom planu poduzetnika; sličnosti i različitosti među pojmovima – pothvat, poslovni plan, investicijski projekt i investicijska studija. Vrste investicija.</p> <p>INVESTICIJSKI PROJEKTI – Konceptcija planiranja; proces investiranja u projekte; pojam i kategorija investicijske odluke i investicijski projekt; dokumentacijsko-informacijskom osnovica za izradu investicijskog projekta; organizacija planiranja investicijskih projekata; metodološke pretpostavke planiranja investicijskih projekata</p>



PRIPREMA INVESTICIJSKIH PROJEKATA - Ciklus investicijskog projekta; predinvesticijska studija; identifikacija projekta; priprema projekta; ocjena projekta; promocija projekta; implementacija projekta. ANALIZA TRŽIŠTA - Analiza potražnje i ponude na prodajnom tržištu; analiza tržišta nabave; rezultati analize.

TEHNOLOŠKO-TEHNIČKA ANALIZA - Tehnološki i tehnički aspekti investicije

ANALIZA LOKACIJE - Analiza makro lokacije, analiza mikro lokacije.

EKONOMSKO-FINANCIJSKA ANALIZA I - Formiranje ukupnog prihoda; poslovni rashodi; ulaganje u dugotrajnu imovinu; ulaganje u kratkotrajnu imovinu.

EKONOMSKO-FINANCIJSKA ANALIZA II - Izvori financiranja i obveze; račun dobiti i gubitka; financijski tok; ekonomski tok; bilanca.

OCJENA INVESTICIJSKIH PROJEKATA - Tržišna i društveno-ekonomska ocjena projekta; statična ocjena projekta; dinamična ocjena projekta; ocjena rentabilnosti projekta; ocjena likvidnosti projekta;

OCJENA RIZIKA PROJEKTA – Ocjena rizika, ocjena projekta u uvjetima neizvjesnosti; zbirna i usporedna ocjena projekta; ocjena projekta u posebnim slučajevima.

METODOLOGIJA IZRADE I SADRŽAJ INVESTICIJSKOG PROJEKTA – UNIDO metodologija, Metodologija IBRD-a, Njemački model, Američki model, Priprema projekta za osiguranje sredstava iz EU.

MEĐUNARODNE METODOLOGIJE ZA OCJENU INVESTICIJSKIH PROJEKATA – Ocjena investicijskih projekata od strane Međunarodne Banke Za Obnovu I Razvoj, UNIDO Metodologija za ocjenu investicijskih projekata, Cost - Benefit Analiza (CBA).

INVESTICIJSKI PROJEKTI U TURIZMU - Investicijski projekt 'Hotel FMTU' – Investicijski projekt 'Camping Resort FMTU' – Investicijski projekt 'Obiteljski hotel FMTU'

OSTALI OBLICI INVESTICIJA U TURIZMU

IZGRADNJA I PROJEKTIRANJE HOTELA – Hotel 'FMTU'

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci					
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža					
	<input checked="" type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij					
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad					
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i ostale obveze predviđene studijskim programom.							
1.8. Praćenje ²⁵ rada studenata							
Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							

²⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Benedeković, J, et.al. (2007). Priprema i ocjena investicijskih projekata. Zagreb: FOIP 1974.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Orsag, S. (2002). Buđetiranje kapitala – Priprema investicijskih projekata. Zagreb: Masmedia.
2. Behrens, W., Hawranem, P. M. (1991). Manual for the Preparation of Industrial Feasibility Studies, Newly Revised and Expanded Edition. Vienna: UNIDO, Vienna.
3. Hawranek, P. M., Lettmayr, C. F., Frohlich, E.A.& Pichler, J.H. (1994). The Manual for Small Industrial Businesses Project Design and Appraisal. Vienna: UNIDO, Vienna.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Benedeković, J, et.al. (2007). Priprema i ocjena investicijskih projekata. Zagreb: FOIP 1974.	8	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Jelena Đurkin Badurina	
Naziv predmeta	Turizam i lokalna zajednica	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1 godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+ 0 + 15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

1. Upoznati studente s pojmom lokalne zajednice i vrstama kapitala kojima lokalna zajednica raspolaže, konceptom turizma zasnovanog na potrebama lokalne zajednice, mehanizmima i alatima za organiziranje i uključivanje dionika lokalne zajednice u planiranje i razvoj turističkih proizvoda.
2. Osposobiti studente za analiziranje dionika u konkretnim turističkim destinacijama (s naglaskom na stanovnike), procjenjivanje njihovog utjecaja i interesa, te predlaganje planova za organizacijsko povezivanje i menadžment lokalnih dionika u cilju aktivnog uključivanja u razvoj održivog lokalnog turizma.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog kolegija studenti će biti sposobni:

1. **Ocijeniti** razinu uključenosti lokalne zajednice u turističko planiranje i razvoj na razini konkretne destinacije, primjenom stečenih znanja o upravljanju, etici, organizaciji i pružanju usluga turizma u destinaciji
2. **Samoprocijeniti** niz interesa i potreba destinacijskih dionika prilikom donošenja upravljačkih odluka koje imaju utjecaj na razvoj destinacije, uzimajući u obzir dostupni i potencijalni kapital pripadajuće lokalne zajednice
3. **Generirati** novu ideju razvoja turističkog proizvoda koji bi aktivno uključio različite kategorije lokalnih dionika u skladu s načelima turizma zasnovanog na potrebama lokalne zajednice
4. **Predložiti** model za organizacijsko povezivanje i suradnju dionika lokalne zajednice u svrhu dugoročno održivog turističkog razvoja

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam lokalne zajednice. Vrste kapitala u lokalnoj zajednici. Koncept turizma zasnovanog na potrebama lokalne zajednice (eng. *community-based tourism*). Načela i alati za implementaciju turizma zasnovanog na potrebama lokalne zajednice. Pojam turističkih dionika i analiza dionika na lokalnoj razini. Modeli

organiziranja i umrežavanja lokalnih dionika za potrebe razvoja turističkih proizvoda							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, kontinuirane provjere znanja, izrada projektnog zadatka, završni ispit.							
1.8. Praćenje ²⁶ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,9	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Autorski nastavni material (u pripremi) 2. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018): <i>Menadžment turističke organizacije i destinacije</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (str. 50.-165.). 3. Pavić- Rogošić, L. (2021). <i>Naša zajednica naša odgovornost – priručnik za organiziranje lokalne zajednice</i> , 2. Izmijenjeno izdanje, Zagreb: ODRAZ.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Walia, S.K. (Ed.). (2021). <i>The Routledge Handbook of Community Based Tourism Management Concepts, Issues & Implications</i> , New York & London: Routledge. 2. Wiltshier. P.; Clarke, A. (Eds.)(2020). <i>Community-Based Tourism in the Developing World-Community Learning, Development & Enterprise</i> , New York & London: Routledge. 3. Gursoy, D.; Saayman, M.; Sotiriadis, M. (Eds.) (2015). <i>Collaboration in tourism businesses and destinations: a handbook</i> , London: Emerald. 4. Đurkin Badurina, J. (2019). Teaching Case study: Mon Perin Ltd.: example of community-owned tourism. <i>Tourism and hospitality management</i> , 25(2), 421-429. 5. Đurkin, J. & Perić, M. (2017). Organising for community-based tourism: Comparing attitudes of local residents and local tourism entrepreneurs in Ravna Gora, Croatia, <i>Local Economy</i> , 32 (7), 678 – 691.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							

²⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Sva obvezna literatura je besplatno dostupna u elektronskom obliku		48
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	
Naziv predmeta	Menadžment turističkih atrakcija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA
1.1. Ciljevi predmeta
Cilj predmeta je objasniti studentima proces menadžmenta turističkih atrakcija s posebnim naglaskom na funkcije planiranja i organiziranja. Uz definiranje turističkih atrakcija i analizu specifičnosti menadžmenta turističkih atrakcija, studenti se upoznaju sa elementima koji determiniraju razvoj i način upravljanja turističkim atrakcijama. Studenti će nakon uspješno savladanog kolegija imati sistematiziran pristup prema funkcijama menadžmenta turističkih atrakcija te će biti osposobljeni za formuliranje vlastitih primjera modela upravljanja turističkim atrakcijama.
1.2. Uvjeti za upis predmeta
Definirani su nastavnim planom i programom studija.
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet
<p>Student će nakon odslušanog i položenog predmeta moći:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poduprijeti temeljna načela, koncepte i teorije koje se odnose na strateško i operativno upravljanje turističkim atrakcijama 2. Procijeniti i primijeniti odgovarajuće tehnike i prakse u razvoju destinacije i njezinih resursa 3. Organizirati poslovanje i turističku ponudu prema novim trendovima i zahtjevima tržišta 4. Usporediti različite koncepte upravljanja turističkim atrakcijama 5. Kreirati modele razvoja i upravljanja turističkim atrakcijama.
1.4. Sadržaj predmeta
Definiranje pojma turističkih atrakcija. Analiza utjecaja turističkih motiva na izvore turističkih atrakтивности. Specifičnosti menadžmenta turističkih atrakcija. Strateško planiranje turističkih atrakcija. Važnost procesa organizacije turističkih atrakcija i logističke aktivnosti. Turističke atrakcije u ekonomiji doživljaja. Koncept marketinga turističkih atrakcija. Financijski i operativni menadžment turističkih atrakcija. Posebnosti kadrovskih resursa i stilova vođenja u upravljanju turističkim atrakcijama. Uloga partnerstva u upravljanju turističkim atrakcijama. Upravljanje kvalitetom turističkih atrakcija. Trendovi i strategije razvoja menadžmenta turističkih atrakcija. Izazovi etičnosti i održivosti upravljanja turističkim atrakcijama.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student je obavezan pohađati nastavu uz aktivno sudjelovanje u nastavnom procesu, izvršiti evaluaciju stanja i benchmarking analizu odabranih turističkih atrakcija, izraditi projektni zadatak, redovito pristupati kontinuiranom provjerama znanja.							
1.8. Praćenje ²⁷ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,3
Projekt	0,4	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Gržinić, J. (2020) Turističke atrakcije – nastanak, razvoj i utjecaji, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, Hrvatska							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Kušen, E. (2002) Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb 2. Ed. Fyall, A., et al. (2008) Managing Visitor Attractions: New Directions, 2 nd edition, Elsevier Ltd. 3. Prayitno, H. S., et al (2020) Development strategy for ecotourism management based on feasibility analysis of tourist attraction objects and perception of visitors and local communities. Biodiversitas Journal of Biological Diversity, 21 (2). pp. 689-698. ISSN 1412-033X 4. Leask, A. (2016) Visitor attraction management: A critical review of research 2009 – 2014, Tourism Management, DOI: 10.1016/j.tourman.2016.06.015 5. Leask, A. (2010) Progress in visitor attraction research: Towards more effective management, Tourism Management, Volume 31, Issue 2, p 155-166.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2020) Turističke atrakcije – nastanak, razvoj i utjecaji, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, Hrvatska						5	48

²⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Christian Stipanović	
Naziv predmeta	Poslovna inteligencija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi su postavljeni na dvije razine: upoznati studenta s teorijskim determinantama poslovne inteligencije i implementirati stečena znanja i vještina u primjeni poslovne inteligencije i interakciji s novim strateškim usmjerenjima u poduzeću u funkciji efikasnijeg poslovnog odlučivanja i inoviranja koncepcije razvoja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Student će nakon položenog ispita biti sposoban:

1. prosuđivati teorijske determinante poslovne inteligencije i njene interakcije s novim strateškim usmjerenjima suvremenog hotelsko-turističkog poduzeća
2. predložiti načine analize konkurenata i metode zaštite ključnih vlastitih informacija
3. usporediti načine transformacije podataka u informacije i znanja o konkurentima u sadašnjosti i budućnosti
4. formulirati načine primjene poslovne inteligencije u koncepciji razvoja i poslovnom odlučivanju
5. predvidjeti izazove i trendove razvoja poslovne inteligencije u budućnosti

1.4. Sadržaj predmeta

Teorijske determinante i sastavnice modela poslovne inteligencije. Struktura i funkcije modela poslovne inteligencije. Poslovna inteligencija u koncepciji razvoja suvremenog poduzeća. Upravljanje podacima, informacijama i znanjem u funkciji poticanja promjena. Sigurnosna politika i korporacijska sigurnost. Skladištenje podataka, ETL, OLAP. Rudarenje podacima. Informacijski i ekspertni sustavi. Značaj kadrova u poslovnoj inteligenciji. Posebnosti poslovne inteligencije u turizmu i ugostiteljstvu. Poslovna inteligencija u funkciji razvoja hotelsko-turističkog poslovanja. Sinergija poslovne inteligencije i novih strateških usmjerenja. Implementacija poslovne inteligencije u hrvatskom turizmu i gospodarstvu. Praktični primjeri poslovne inteligencije. Perspektiva razvoja poslovne inteligencije.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- ☒ predavanja
☒ seminari i radionice
☐ vježbe

- ☒ samostalni zadaci
☐ multimedija i mreža
☐ laboratorij



	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. <i>Komentari</i>							
1.7. <i>Obveze studenata</i>							
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit.							
1.8. <i>Praćenje²⁸ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Prezentacija seminarskog rada	0,2				
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Bilandžić, M., Lucić, D. (2018): Business intelligence u hrvatskom gospodarstvu. rezultati istraživanja 2017., Poslovna izvrsnost, Vol. 12, No.1, pp, 9-31							
2. Fuchs, M., Höpken, W., Lexhagen, M. (2017): Business Intelligence for destinations: Creating knowledge from social media. In: Sigala, M., Gretzel, U. (eds.) Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality – New Perspectives, Practice and Cases, Routledge, London, pp. 290-310.							
3. Höpken, W., Fuchs, M. (2021): Business Intelligence in Tourism. In: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds) Handbook of e-Tourism. Cham: Springer							
4. Kopal, R., Korkut, D. (2014): Tehnike kompetitivne analize. Zagreb: Effectus.							
5. Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., Höpken, W. (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: a systematic literature review. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 30 (12), pp. 3514-3554,							
6. Nyanga, C., Pansiri, J., Chatibura, D. (2020): Enhancing competitiveness in the tourism industry through the use of business intelligence: a literature review. Journal of Tourism Futures, Vol. 6, No. 20, pp. 139-151							
7. Panian, Ž. (2007): Poslovna inteligencija – Studije slučajeva iz hrvatske prakse. Zagreb: Narodne novine d.d.							
8. Rindele-Ma, S., Grossmann, W. (2016), Fundamentals of Business Intelligence, Heidelberg: Springer.							
9. Sigala, M., Rahimi, R., Thelwall, M. (2019): Big Data and Innovation in Tourism, Travel and							

²⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Hospitality - Managerial Approaches, Techniques and Application. Singapore: Springer

10. Sharda, R. (2014): Business Intelligence and Analytics: Systems for Decision Support. Harlow: Pearson Education Limited.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.	10	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	
Naziv predmeta	Komparativni fiskalni sustavi	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je pružiti studentima uvid u teorijsko i praktično funkcioniranje fiskalnih sustava i fiskalnih politika drugih država u svijetu, osim Republike Hrvatske. Osim toga, studenti će usporediti djelovanje fiskalnih sustava različitih zemalja svijeta te valorizirati utjecaj fiskalnog sustava na gospodarstvo pojedinih zemalja svijeta.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita, studenti će:

1. pravilno prezentirati načine funkcioniranja fiskalnih sustava i politike pojedinih zemalja svijeta
2. usporediti fiskalne oblike i specifične porezne zakonitosti pojedinih zemalja svijeta
3. valorizirati utjecaj fiskalnog sustava na gospodarstvo pojedinih zemalja svijeta

1.4. Sadržaj predmeta

Karakteristike fiskalnih sustava svijeta. Ciljevi fiskalnih sustava i temeljni fiskalni oblici. Ciljevi i načela fiskalnog zahvaćanja. Harmonizacija fiskalnih sustava. Fiskalan sustav Republike Hrvatske. Uloga asocijacija u harmonizaciji fiskalnih sustava.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- ☒ predavanja
☒ seminari i radionice
☐ vježbe
☐ obrazovanje na dalji
☐ terenska nastava

- ☒ samostalni zadaci
☒ multimedija i mreža
☐ laboratorij
☒ mentorski rad
☐ ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Uz obvezno pohađanje nastave (75%) za redovite studente, za pristupiti ispitnom rokovima, studenti moraju kroz svoje samostalne zadatke te kontinuiranu provjeru znanja prikupiti 35%.

1.8. <i>Praćenje²⁹ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,7	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Roller, D. (2009). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – osnovni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)</div> <div>2. Roller, D. (2013). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – posebni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)</div>							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Blažić, H. (2006). Usporedni porezni sustavi – oporezivanje dohotka i dobiti. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakulteta (odabrana poglavlja)</div> <div>2. Bajo, A., Primorac, M., & Andabaka Badurina, A. (2010). Osnovne upravljanja javnim dugom. Zagreb: Institut za javne financije (odabrana poglavlja)</div> <div>3. International Bureau of Fiscal Documentation. (2019). online database (www.ibfd.org) – Amsterdam.</div>							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Roller, D. (2009). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – osnovni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)						35	48
Roller, D. (2013). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – posebni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)						35	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

²⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	
Naziv predmeta	Međunarodno kretanje kapitala	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je da se studenti upoznaju sa osnovnim teoretskim cjelinama koje se izučavaju u sklopu međunarodnog kretanja kapitala kao što su: pojam međunarodnog kretanja kapitala, oblici međunarodnog kretanja kapitala (javni kapital, privatni kapital), vrste međunarodnog kretanja kapitala (kratkoročni kapital, srednjoročni kapital dugoročni kapital), strane direktne investicije, portfolio investicije, međunarodni krediti (zajmovni kapital), financijska globalizacija, kretanje kapitala u offshore financijskim centrima, motivi i trendovi u međunarodnom kretanju kapitala, međunarodno projektno financiranje, itd.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuditi ključne koncepte, teorije i temeljne pojmove međunarodnog kretanja kapitala i međunarodnog monetarnog i financijskog sustava
2. Utvrditi važnost javnog i privatnog kapitala, kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog kapitala, te kretanje kapitala u offshore financijskim centrima
3. Vrednovati područja znanja iz međunarodnog kretanja kapitala
4. Kritički preispitati značaj i ulogu međunarodnih financijskih institucija u međunarodnom kretanju kapitala
5. Osmisliti i samostalno oblikovati istraživanje i odabrati prikladne metode istraživanja

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u međunarodni monetarni i financijski sustav i međunarodno kretanje kapitala.

Financijska globalizacija.

Međunarodno kretanje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog kapitala.

Strane direktne investicije.



Međunarodne portfolio investicije.

Međunarodno kretanje zajmovnog kapitala.

Međunarodni investicijski projekti i međunarodno projektno financiranje.

Country risk i međunarodno kretanje kapitala.

Međunarodne financijske institucije i međunarodno kretanje kapitala.

Regionalne financijske institucije i međunarodno kretanje kapitala.

Offshore i ostali međunarodni financijski centri.

Međunarodne financijske prijevare.

Pranje novca i financiranje terorizma.

Suvremeni oblici međunarodnog kretanja kapitala.

Financijske krize i problemi međunarodne zaduženosti.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave i ostale obveze predviđene studijskim programom.

1.8. Praćenje³⁰ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Vizjak, A. & Mujačević, E. (2011). Međunarodni monetarni fond i Hrvatska – postanak ustroj i razvoj. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Madura, J. (2011). International Financial Management. New York: South-Western College Pub.
2. Scott, H. (2010). International Finance, Transactions, Policy, and Regulation (17th ed.). New York: Foundation Press.
3. Eun, C. & Resnick, B. (2011). International Financial Management. New York: McGraw-Hill/Irwin.
4. Stakić, B. (2012). Međunarodne financijske institucije. Beograd: Univerzitet Singidunum.
5. Stakić, B. & Barać, S. (2010). Međunarodne finansije. Beograd: Univerzitet Singidunum

³⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
<i>Vizjak, A. & Mujačević, E. (2011). Međunarodni monetarni fond i Hrvatska – postanak ustroj i razvoj. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</i>	<i>11</i>	<i>48</i>

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Nautički turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je ukazati na značaj nautičkog turizma s obzirom da je Republika Hrvatska nautički turizam pozicionirala kao djelatnost od strateškog interesa. Također i iskazati i identificirati pojedine oblike nautičkog turizma kao i ulogu luka nautičkog turizma, a posebice marina u gospodarskom razvoju Hrvatske i Mediterana. Analizira se način razvijanja male privrede pod utjecajem razvoja marina te model strateškog razvoja na hrvatskoj obali.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će biti sposobni:

1. Procijeniti turističko tržište i tržišnu poziciju nautičkog turizma.
2. Primijeniti specifična znanja procesnih funkcija upravljanja marinama, lukama nautičkog turizma u kruzing industriji te u poslovanju charter tvrtki.
3. Procijeniti rezultate znanstvenih i stručnih istraživanja iz područja nautičkog turizma s ciljem obogaćivanja turističke ponude destinacije.

1.4. Sadržaj predmeta

Kolegij definira područje nautičkog turizma. Raspravlja se o globalnom kretanju na svjetskom turističkom tržištu i u Republici Hrvatskoj. Nadalje se definira pojam, značaj i sadržaj nautičkog turizma kroz slijedeće teme:

Pojmovno određenje i karakteristike nautičkog turizma: Pojam i definicija nautičkog turizma. Oblici nautičko turističkog prometa. Plovne jedinice u nautičko turističkom prometu.

Razvoj nautičkog turizma: Razvoj nautičkog turizma u svijetu. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Faktori razvoja nautičkog turizma: Prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma: Glavni prirodni resursi razvoja nautičkog turizma (reljef, hidrografski resursi i klimatski elementi); Prirodni kapaciteti hrvatske obale, otoka i mora (obalni prostor u funkciji turističkog razvoja, potencijali hrvatske obale valorizirani prostornim planovima); Ekonomske karakteristike prirodnih turističkih resursa; Tržišni uvjeti razvoja nautičkog turizma: trendovi razvoja nautičkog turizma u Svijetu, charter usluge, kružna putovanja;

Karakteristike razvoja nautičko turističkog prometa na hrvatskoj obali: Razvojni procesi; Kapaciteti ponuda u lukama nautičkog turizma; Potencijali nautičko turističke ponude na jadranskoj obali Hrvatske.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	--

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Aktivno sudjelovanje u nastavi, izrada i obrana seminarskog rada, kolokviji i završni ispit.

1.8. Praćenje ³¹ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	0,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

- Gračan, D., Alkier, Radnić, R., Uran, M. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji.
- Luković, T. i koautori (2015). Nautički turizam Hrvatske. Split: Redak.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

- Martínez Vázquez, R. M. (2020). Nautical Tourism: A Bibliometric Analysis, Journal of Spatial and Organizational Dynamics, Vol 8, Iss 4, Pp 320-330
- Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T. (2016). Nautical Tourism in Croatia: Current Situation and Outlook. Tourism & Hospitality Industry, Congress proceedings, p. 66-79.
- Peručić, D. (2013). Cruising-turizam - razvoj, strategije i ključni nositelji. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku.
- Luković, T. (2013). Nautical Tourism. UK: CABI

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu
--

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gračan, D., Alkier, Radnić, R., Uran, M. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji.	17	48
Luković, T. i koautori (2015). Nautički turizam Hrvatske. Split: Redak.	6	48

³¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	
Naziv predmeta	Vrednovanje poduzeća	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj je predmeta studente upoznati s specifičnostima različitih metoda vrednovanja poduzeća s posebnim naglaskom na turizam te da steknu potrebne kompetencije jednostavnijega vrednovanja primjenom odabranih metoda.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati temeljne pojmove vrednovanja poduzeća s motivima i činiteljima za vrednovanje vlasnika i potencijalnih kupaca.
2. Kritički prosuditi prednosti i nedostatke odabranih metoda vrednovanja poduzeća
3. Vrednovati odabrano poduzeće primjenom jednostavnijih metoda procjene

1.4. Sadržaj predmeta

Polazno razumijevanje vrednovanja poduzeća. Motivi i činitelji vrednovanja poduzeća (hotelskih). Metode vrednovanja (najčešće korištene metode u turizmu). Osnovna obilježja i primjeri izabranih metoda u turizmu. Organizacija i evidentiranje procesa vrednovanja poduzeća.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave, izrada projektnoga zadatka i eseja, pisanje kolokvija i završnoga ispita.

1.8. <i>Praćenje³² rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Perić, J. (2005). Osnove vrednovanja poduzeća. Rijeka: Fintrade & tours.							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Kolačević, S. & Hreljac, B. (2012). Vrednovanje poduzeća (2. izd.). Zagreb: TEB.							
2. Sprčić Miloš, D. & Orešković Sulje, O. (2012). Procjena vrijednosti poduzeća: Vodič za primjenu u poslovnoj praksi. Zagreb: Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.							
3. Fazzini, M. (2018). Business Valuation: Theory and Practice. Cham: Palgrave Macmillan.							
4. Damodaran, A. (2018). The Dark Side of Valuation: Valuing Young, Distressed, and Complex Businesses (3 rd Ed). Pearson Education							
5. Corelli, A. (2017). Inside Company Valuation. Berlin: Springer.							
6. Damodaran, A. (2017). Narrative and Numbers: The Value of Stories in Business. New York: Columbia University Press.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Perić, J. (2005). Osnove vrednovanja poduzeća. Rijeka: Fintrade & tours.						50	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Greta Krešić	
Naziv predmeta	Nutricionizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Osposobiti studente da prepoznaju prehrambenu vrijednost pojedinih komponenti hrane te njihovu ulogu u okviru planiranja pravilne uravnotežene prehrane. Kritički prosuditi specifičnosti prehrambenih potreba pojedinih populacija te primijeniti stečena znanja u oblikovanju ugostiteljske ponude u skladu sa prehrambenim specifičnostima pojedinih populacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Procijeniti specifičan prehrambeni značaj pojedinih komponenti hrane.
2. Preporučiti odabir hrane u skladu s načelima pravilne prehrane
3. Kritički prosuditi prehrambene potrebe pojedinih populacija (tjelesno aktivni pojedinci, djeca, žene kroz različita fiziološka stanja, osobe starije životne dobi).
4. Planirati ugostiteljsku ponudu uzimajući u obzir specifičnosti prehrambenih potreba pojedinih populacija

1.4. Sadržaj predmeta

Prehrambena vrijednost hrane. Označavanje hrane. Promjene koje utječu na prehrambenu vrijednost hrane. Energetske i prehrambene potrebe. Uravnotežena prehrana. Prehrana i tjelesna aktivnost. Prehrana djece i adolescenata. Prehrana žena tijekom posebnih fizioloških stanja. Prehrana osoba starije životne dobi. Prilagodba ugostiteljske ponude prehrambenim zahtjevima specifičnih populacija.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata							
Redovito pohađanje nastave, projektni zadatak i završni ispit.							
1.8. Praćenje ³³ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Alibabić, V. & Mujić, I. (2016). Pravilna prehrana i zdravlje. Rijeka: Veleučilište u Rijeci 2. Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske (2013) Nacionalne smjernice za prehranu učenika u osnovnim školama. Zagreb. 3. Šatalić, Z., Sorić, M. & Mišigoj-Duraković, M. (2016). Sportska prehrana. Zagreb: Znanje. 4. Šatalić, Z. (2013). 100 (i pokoja više) crtica iz znanosti o prehrani. Zagreb: HDPBN.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Raymond J.L. & Morrow K. (2020) Krause and Mahan's Food & The Nutrition Care Process. Amsterdam. Elsevier. 2. Sienkiewicz Sizer, F. & Whitney, E. (2016). Nutrition concepts and controversies. Boston: Cengage Learning. 3. U.S. Department of Agriculture (2020) Dietary Guidelines for Americans 2020-2025. 9th Edition. Dostupno na: https://www.dietaryguidelines.gov/ 4. U.S. Department of Agriculture: MyPlate. Dostupno na: https://www.myplate.gov/ 5. Vranešić, D. & Alebić, I. (2006). Hrana pod povećalom. Zagreb: Profil.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	
Alibabić, V. & Mujić, I. (2016). Pravilna prehrana i zdravlje. Rijeka: Veleučilište u Rijeci.				dostupno online		48	
Šatalić, Z., Sorić, M. & Mišigoj-Duraković, M. (2016). Sportska prehrana. Zagreb: Znanje.				5		48	
Šatalić, Z. (2013). 100 (i pokoja više) crtica iz znanosti o prehrani. Zagreb: HDPBN.				dostupno online		48	
Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske (2013) Nacionalne smjernice za				dostupno		48	

³³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



prehranu učenika u osnovnim školama. Zagreb	online	
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	
Naziv predmeta	Turizam, terorizam i migracije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s internacionalizacijom dvaju glavnih izazova 21. stoljeća, terorizma i migracija, te njihovom vezom s turizmom. Studentima će se pružiti znanja potrebna za procjenjivanje povezanosti globalnog turizma, međunarodnih migracija i međunarodnog terorizma.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će nakon ispunjavanja svih obveza predviđenih predmetnim nastavnim planom i programom studenti moći:

1. predvidjeti najznačajnije izazove globalne ekonomije u 21. stoljeću i njihov utjecaj na turizam
2. argumentirati povezanost migracija i turizma te ulogu migracija kao poveznice između turizma i terorizma
3. pismeno i usmeno prezentirati rezultate vlastitog znanstvenog i stručnog istraživanja na temu povezanosti turizma pojedinih destinacija, terorizma, migracija i ostalih sigurnosnih izazova.

1.4. Sadržaj predmeta

Globalizacija svjetske ekonomije
 Doba globalnog turizma
 Turizam kao alat za razvoj
 Teorija turističke sigurnosti
 Definiranje, uzroci i korijeni međunarodnog terorizma
 Internacionalizacija terorizma
 Sigurnosna arhitektura i preventivne mjere kao instrument kreiranja europske politike
 Povezanost međunarodnog turizma i terorizma u 21. stoljeću
 Ključni koncepti, paradigme i vrste međunarodne mobilnosti
 Međunarodne migracije: dominantne teorije
 Socio-ekonomski utjecaj međunarodnih migracija
 Povezanost međunarodnog turizma i migracija u 21. stoljeću

Migracije kao poveznica turizma i terorizma							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, izrada projektnoga zadatka, kolokviji i završni ispit.							
1.8. Praćenje ³⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0.5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0.9	Kontinuirana provjera znanja	0.6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Nastavni materijal u pripremi 2. Gržinić, J. (2018.). Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. OECD (2020), OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/6b47b985-en . 2. Bodvarsson, Ö. B., Van den Berg, H. (2013). The Economics of Immigration: Theory and Policy; Springer. 3. Korstanje, M. E. (2017). Terrorism, Tourism and the End of Hospitality in the 'West'. Palgrave-Macmillan 4. Deliso, C. (2017). Migration, Terrorism, and the Future of a Divided Europe: A Continent Transformed. Praeger Security International 5. Arslan, C., J.-C. Dumont, Z. Kone, Y. Moullan, C. Ozden, C. Parsons and T. Xenogiani (2014). A New Profile of Migrants in the Aftermath of the Recent Economic Crisis. OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 160, OECD Publishing, http://dx.doi.org/10.1787/5jxt2t3nnjr5-en Castles, S., H. d. Haas and M. J. Miller (2014). The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. 5th edition., Palgrave MacMillan. Chapters: 1, 2, 3, 14. 6. Hoffman, B. (2006). The Internationalization of Terrorism in Inside Terrorism, New York: Columbia University Press.							

³⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Martin, G. (2017). Understanding terrorism: Challenges, perspectives and issues. SAGE

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2018.). Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula	5	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Zrinka Zadel	
Naziv predmeta	Menadžment plaža	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je izučavanje upravljanje plažama, normativnih rješenja u Hrvatskoj i šire te izučavanje alata, koncesija i koncesijskih odobrenja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student biti sposoban:

1. generalizirati i klasificirati temeljne pojmove iz područja plaža i menadžmenta plaža
2. kritički prosuđivati metode analize i vrednovanja plaža
3. ocijeniti te kritički prosuđivati upravljanje plažama

1.4. Sadržaj predmeta

Pojmovno određenje plaža i menadžmenta plaza. Tipologija plaza. Menadžment plaza. Plaža kao resurs. Pravni aspekti plaže. Pokretači, pritisci i utjecaji na plaže. Kontrola pritisaka –primjeri iz prakse. Metode analize i vrednovanje plaže. Ključni elementi menadžmenta plaže. Strateško upravljanje plažama. Menadžment plaža u hrvatskoj-institucionalni okvir. Međunarodni programi evaluacije plaza. Primjeri dobre prakse u Hrvatskoj.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Prisustvo na nastavi. Izrada i obrana seminarskog rada. Esej, polaganje kolokvija i završnog ispita.

1.8. <i>Praćenje³⁵ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Marković, M., Micallef, A., Povh, D., Williams, A.T. (2010). Održivo upravljanje plažama u Hrvatskoj.</div> <div>2. Brščić, K., Dropulić Ružić, M., Poljuha, D., i sur. (2016). Plaže – proizvod turističkog odredišta, Stavovi i zadovoljstvo korisnika plaža u Istarskoj županiji. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam i Upravni odjel za turizam, Istarska županija.</div>							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
<div>1. Williams, A., Micallef, A. (2012). Beach Management: Principles and Practice.</div> <div>2. Ariza, E.(2007). A System of Integral Quality Indicators as a Tool for Beach Management.</div> <div>3. Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama: N.N. 158/03, 100/04, 141/06, 38/09.</div> <div>4. Zakon o koncesijama: N.N. 143/12.</div>							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Marković, M., Micallef, A., Povh, D., Williams, A.T. (2010). Održivo upravljanje plažama u Hrvatskoj.						5	48
Brščić, K., Dropulić Ružić, M., Poljuha, D., i sur. (2016). Plaže – proizvod turističkog odredišta, Stavovi i zadovoljstvo korisnika plaža u Istarskoj županiji. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam i Upravni odjel za turizam, Istarska županija.						5	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	
Naziv predmeta	Modeli sustava kvalitete	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Upoznati studente s modelima sustava kvalitete i osposobiti ih za njihovu primjenu u poslovnoj praksi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Usporediti modele sustava kvalitete
2. Usporediti načela upravljanja kvalitetom i načela poslovne izvrsnosti
3. Predložiti aktivnosti potrebne za implementaciju načela upravljanja kvalitetom i poslovne izvrsnosti u turističke i hotelske tvrtke
4. Kritički prosuđivati utjecaj primjene načela upravljanja kvalitetom i poslovne izvrsnosti na poslovanje
5. Preporučiti faze za provedbu samoprocjene u turističke i hotelske tvrtke

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i načela sustava upravljanja kvalitetom. Pojam i načela poslovne izvrsnosti. Kvaliteta i konkurentnost. Modeli poslovne izvrsnosti. EFQM model poslovne izvrsnosti. Malcolm Baldrige nagrada za kvalitetu. Demingova nagrada za kvalitetu. Standard ISO 9001 i modeli poslovne izvrsnosti. Samoprocjena - temelj poslovne izvrsnosti. Provedba samoprocjene.

1.5. Vrste izvođenja nastave	X predavanja	X samostalni zadaci
	X seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	X mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		

**1.7. Obveze studenata**

Redovito pohađanje nastave, projekt, završni ispit.

1.8. Praćenje³⁶ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Oslić, I. (2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnost – pristupi i modeli. Zagreb: M.E.P. Consult.
2. Nastavni tekst u pripremi (Vrtodušić Hrgović).

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Oakland, J.S. (2014). Total Quality Management and Operational Excellence- text with cases (4th ed.). London, New York: Routledge, Taylor and Francis Group.
2. Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2014). Quality Management for Organizational Excellence – Introduction to Total Quality (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited
3. The EFQM model (2021). Revised 2nd edition, Bruxelles : European Foundation for Quality Management.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Oslić, I. (2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnost – pristupi i modeli. Zagreb: M.E.P. Consult.	6	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	
Naziv predmeta	Inovativne tehnologije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je upoznati studente sa inovativnim tehnologijama u turizmu i hotelijerstvu, mogućnostima koje one pružaju i područjima primjene. Cilj je razviti kod studenata specifične vještine i znanja koja su potrebna za primjenu inovativnih tehnologija u turizmu i hotelijerstvu te za razvoj i kreiranje novih koncepata poslovanja pomoću inovativnih tehnologija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati prednosti i nedostatke korištenja inovativnih tehnologija u turizmu i hotelijerstvu
2. Preispitati moguća područja primjene inovativnih rješenja u svrhu optimizacije poslovanja, personaliziranog korisničkog iskustva i postizanju konkurentnosti
3. Podržati i preporučiti implementaciju inovativnih tehnoloških rješenja u digitalizaciji proizvoda i usluga
4. Samostalno osmisliti i predložiti nove koncepte poslovanja subjekata u turizmu i hotelijerstvu uz istovremeno prepoznavanje novih prilika na tržištu te njihovo iskorištavanje u smislu primjene inovativnih tehnologija

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u inovativne tehnologije u turizmu i hotelijerstvu (pregled općih i specifičnih tehnoloških trendova u turizmu i hotelijerstvu); Tehnologije prepoznavanja glasa (glasovno pretraživanje i upravljanje glasom); Prednosti i nedostaci beskontaktnog plaćanja i kompatibilnost s programima vjernosti; Umjetna inteligencija i robotika u hotelima i restoranima; Glasovni asistenti i njihova uloga u poboljšanju korisničkog iskustva i zadovoljstva; Primjeri korištenja virtuelne i proširene stvarnosti u turizmu i hotelijerstvu; Mobilno poslovanje i hotelske aplikacije; Primjena biometrije u turizmu i hotelijerstvu; Pametni hoteli i pametne destinacije bazirane na Internetu stvari (IoT); Kibernetička sigurnost i zaštita privatnosti u turizmu i hotelijerstvu (blockchain tehnologije); Veliki podaci i prediktivna analitika u pružanju personaliziranih iskustava i upravljanju prihodima; Cloud tehnologija u hotelskoj industriji;



Inovativni tehnološki trendovi koji će oblikovati budućnost poslovanja u turizmu i hotelijerstvu							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave (predavanja, seminari, radionice), izrada i prezentacija praktičnih zadataka (case study), analiza slučajeva iz prakse, timski rad, polaganje kolokvija i završnog rada.							
1.8. Praćenje ³⁷ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,7
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Spremić, M. (2017). Digitalna transformacija poduzeća. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. 2. Pejić Bach, M., Spremić, M. (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Busulwa, R., Evans, N., Oh, A. (2021). Hospitality Management and Digital Transformation, 1st Editions. London & NY: Routledge. 2. Laudon, K.C., Laudon, P.J., Management Information Systems: Managing the Digital Firm, 16 th Edition, Pearson Education, 2020. 3. Szymczyk, K., El Emary, I.M.M. (2021). Advanced Trends in ICT for Innovative Business Management, 1st Editions. London & NY: Routledge. 4. Turban, E., Pollard, C., Wood, G. (2021). Information Technology for Management: Driving Digital Transformation to Increase Local and Global Performance, Growth and Sustainability, 12th Edition. Hoboken: Wiley.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	
Spremić, M. (2017). Digitalna transformacija poduzeća. Zagreb: Sveučilište				5		48	

³⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



u Zagrebu, Ekonomski fakultet.		
Pejić Bach, M., Spremić, M. (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.	8	48
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	
Naziv predmeta	Digitalna komunikacija u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj ovog kolegija je stjecanje razumijevanja o važnosti primjene digitalnih komunikacija, posebice društvenih medija u suvremenom turizmu. Studenti će razviti svjesnost o brojnim izazovima digitalnog okruženja za turističke subjekte i menadžere turističkih destinacija koji su preduvjet uspješnog poslovanja. Od studenata se očekuje kritičko promišljanje o konceptima i strategijama korištenja digitalnih kanala komunikacije u turističkim destinacijama.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student moći:

1. Analizirati i kritički prosuđivati koncepte korištenja digitalnih kanala komunikacije.
2. Odabrati prikladne oblike komunikacije za digitalno brendiranje.
3. Preporučiti optimalnu strategiju digitalne komunikacije turističkog subjekta.

1.4. Sadržaj predmeta

Tehnološke promjene u globalnom okruženju i trendovi u digitalnoj komunikaciji; digitalna transformacija promocije i prodaje - OTA kanali; strategije digitalnog marketinga; outbound i inbound marketing; utjecaj društvenih mreža na turistička putovanja; interakcija putem društvenih mreža, marketing generiranog sadržaja, mobilni marketing u turizmu; marketing influencera; digitalna brend komunikacija; mjerenje uspješnosti digitalne komunikacije; etika i društvena odgovornost.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Predavanja, praktični rad, kolokviji i završni ispit.							
1.8. <i>Praćenje³⁸ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,7
Portfolio							
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (Odabrana poglavlja)							
2. Materijali s predavanja							
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. European Travel Commission and World Tourism Organization (2014), <i>Handbook on E-marketing for Tourism Destination – Fully revised and extended version 3.0</i> , UNWTO, Madrid.							
2. Roberta Minazzi (2015) <i>Social Media Marketing in Tourism and Hospitality</i> , Springer							
3. Antolović, K., i Haramija, P. (2015). <i>Odgovorno oglašavanje: Pravo i etika u tržišnom komuniciranju</i> . Zagreb: K & K Promocija i HURA.							
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (Odabrana poglavlja)						15	48
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

³⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	
Naziv predmeta	Menadžment luksuznih hotela	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni predmet	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je kroz nastavu i izradu projektnih zadataka omogućiti studentima stjecanje novih znanja u području menadžmenta luksuznih hotela i luksuznog hotelijerstva općenito. Studentima će se kroz nastavne aktivnosti osigurati mogućnost upoznavanja sa specifičnostima funkcija planiranja, organiziranja, kadrovanja, vođenja i kontroliranja u luksuznom hotelijerstvu. Studenti će po završetku nastavnog procesa imati sistematizirana znanja o načinu upravljanja luksuznim hotelima i biti će osposobljeni kreirati vlastite primjere specijaliziranih luksuznih usluga za hotelijerstvo.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Definirani su nastavnim planom i programom studija.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Student će nakon odslušanog i položenog predmeta moći:

1. Povezati znanja o planiranju, organizaciji i vođenju luksuznog hotelskog objekta
2. Utvrditi ključne informacije za planiranje i upravljanje poslovanja luksuznog hotela
3. Preporučiti nove proizvode, usluge i doživljaje u cilju unapređenja konkurentnosti i kvalitete ponude luksuznog hotela
4. Usporediti različite segmente ponude luksuznih usluga u hotelskim objektima
5. Kreirati inovativnu ponudu luksuznih usluga za hotelski objekt.

1.4. Sadržaj predmeta

Definiranje pojmova luksuznih usluga i luksuznog hotela. Analiza razvoja luksuznih hotela na turističkom tržištu. Luksuzni hotelski brendovi na turističkom tržištu. Specifičnosti menadžmenta luksuznih hotela. Organizacija poslovnih procesa u luksuznim hotelima. Standardi u luksuznom hotelijerstvu. Posebnosti kadrovskih resursa u luksuznim hotelima. Izazovi u vodstvu luksuznih hotela. Kreiranje ponude luksuznih usluga u hotelijerstvu. Uloga kvalitete i personalizacije usluga u luksuznim hotelima. Značaj upravljanja zadovoljstvom gostiju u luksuznim hotelima. Koncept marketinga luksuznih hotela. Trendovi razvoja ponude u luksuznom hotelijerstvu.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student je obavezan pohađati nastavu uz aktivno sudjelovanje u nastavnom procesu, izvršiti evaluaciju stanja i benchmarking analizu ponude luksuznih usluga u odabranim hotelskim objektima, izraditi projektni zadatak, redovito pristupati kontinuiranom provjerama znanja.							
1.8. Praćenje ³⁹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,3
Projekt	0,4	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Cerović, Z. (2017) Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Kanani, R. B. (2017) A Wealth of Insight: The World's Best Luxury Hoteliers on Leadership, Management and the future of 5-Star Hospitality, Black Truffle Press. 2. Amatulli, C., De Angelis, M., Stoppani, A. (2021) The appeal of sustainability in luxury hospitality: An investigation on the role of perceived integrity, Tourism Management, Volume 83, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104228 3. Kim, K., Baker, M (2021) Luxury Branding in the Hospitality Industry: The Impact of Employee's Luxury Appearance and Elitism Attitude, Cornell Hospitality Quarterly 2022, Vol. 63(1) 5– 18 4. Shin, M., Back, K-J., Lee, C-K., Lee, Y-S. (2021) The Loyalty Program for Our Self-Esteem: The Role of Collective Self-Esteem in Luxury Hotel Membership Programs, Cornell Hospitality Quarterly 2022, Vol. 63(1) 19-32 5. Kwon, W., Lee, M., Bowen, J. T. (2021) Exploring Customers' Luxury Consumption in Restaurants: A Combined Method of Topic Modeling and Three-Factor Theory, Cornell Hospitality Quarterly 2022, Vol. 63(1) 66-77 6. Ariffin, A. A. M., Maghzi, A., Soon, J. L. M. and Alam, S. S. (2018) "Exploring the Influence of Hospitality on Guest Satisfaction in Luxury Hotel Services", e-Review of Tourism Research, 15(1). Available at: https://ertr-ojs-tamu.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/161							

³⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Nguyen Thi Cam Le & Vo Thi Quy (2021) Dimensions of Luxury Hospitality Service Personal Values in Confucian Culture: Scale Development and Validation, Journal of International Consumer Marketing, 33:3, 303-318, DOI: 10.1080/08961530.2020.1777922
8. Sherman, R. (2007) Class Acts, Service and Inequality in Luxury Hotels, University of California Press.
9. Heyes, A. (2021) What is luxury hospitality? A need to move towards a scientific understanding, Research in Hospitality Management, 11:2, 67-69, DOI: 10.1080/22243534.2021.1917919

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Cerović, Z. (2017) Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.	20	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	
Naziv predmeta	Turizam, društvo i kultura	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ishod ovog kolegija, utemeljenog na nizu akademskih disciplina kao što su sociologija, antropologija, kulturna geografija, kao i znanstvenim područjima kao što su razvoj, turizam i kulturološke studije, je pružiti dubinsko razumijevanje povijesnih i suvremenih odnosa između turizma, društva i kulture. Pri tome, kolegij naglašava važnost različitih društvenih znanosti u pružanju ključnih uvida u sam fenomen turizma i znanstvenih tema kao što su reprezentacija, geografska imaginacija, doživljaji samih destinacija; percepcija lokalne kulture i identiteta; odnosi između domaćina i gostiju; sociokulturnih posljedica turizma; kao i povijesni i suvremeni značaj putovanja i različitih oblika turizma kao važnog aspekta kako gospodarskog razvoja i djelovanja tako i šireg društvenog i kulturnog života, i mjesnog identiteta turističkih destinacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. kritički prosuđivati odnose između različitih oblika turizma, društva i kulture u povijesnom i suvremenom kontekstu razvoja turizma u destinacijama oslanjajući se na niz relevantnih teorijskih koncepta i (interdisciplinarnih) znanstvenih uvida
2. prezentirati kritičko razumijevanje reprezentacija, geografske imaginacije i konsumpcije mjesta u turizmu te i implikacija koje iste imaju na destinacije i lokalno društvo
3. integrirati znanje vezano za putovanja i različite oblike turizma kao važnih aspekata kako gospodarskog razvoja i aktivnosti tako i šireg društvenog i kulturnog života, i identiteta mjesta turističkih destinacija

1.4. Sadržaj predmeta

1. Turizam, društvo i kultura: uvod i ključni koncepti
2. Povijest turizma: od antičkog doba do *Grand Tour*-a i suvremenog putovanja i turizma
3. Vizualna kultura i suvremeni turizam: film and media-induced tourism
4. Semiotika turizma: reprezentacija destinacija, kultura i identiteta u popularnim turističkim materijalima



5. Turistički pogled, fotografija i konzumpcija mjesta i kultura u vrijeme društvenih medija 6. Studentske prezentacije 7. Tipologije suvremenih turizma i turista 8. Domaćini i gosti 9. Socio-kulturne posljedice turizma 10. Baština, turizam i nacionalni identitet 11. Muzeji, društvo i turizam: povijesni razvoj i suvremena praksa 12. Kulturni, kreativni i umjetnički turizam u urbanim i ruralnim sredinama 13. Turizam, društvo i kultura u razdoblju Antropocena 14. Krize i turistička mobilnost: putovanja i turizam prije, u tijeku i nakon pandemije Covid-19 15. Kreiranje mjesta i turističkih prostora kroz razvoj različitih oblika turizma							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari	Kolegij se izvodi i na engleskom jeziku						
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, grupna seminarska prezentacija, esej, kolokviji i završni ispit.							
1.8. Praćenje ⁴⁰ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,6	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Grupna seminarska prezentacija	0,3				
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<u>Knjige:</u> 1. Smith, M. (2015) <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i> (3 rd Ed.). London: Routledge. 2. Sharpley, R. (2018) <i>Tourism, Tourists and Society</i> (5 th Ed). London: Routledge. 3. Urry, J. and Larsen, J. (2011) <i>Tourist Gaze 3.0</i> . London: Sage. 4. Frew, E. and White, L. (Eds.) (2016) <i>Tourism and National Identities: An International Perspective</i> . London Routledge. <u>Članci objavljeni u znanstvenim časopisima:</u> 5. Cheer, J., Milano, C. and Novelli, M. (2019) Tourism and Community Resilience in the Anthropocene: Accentuating Temporal Overtourism. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 27(4), 554-							

⁴⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

572.

6. Hopkins, D. (2021) Crises and Tourism Mobilities. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (9), 1423-1435.
7. Lew, A. A. (2017) Tourism Planning and Place Making: Place-making or Placemaking? *Tourism Geographies*, 19(3), 448-466.
8. Månsson, M. (2011) Mediatized Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1634-1652.
9. Pritchard, A. and Morgan, N. (2001) Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*, 22 (2), 167-179.
10. Rakić, T., & Chambers, D. (2012) Rethinking the Consumption of Places. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1612-1633.
11. Richards, G. (2020) Designing Creative Places: The Role of Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

Knjige:

1. Holden, A. (2005) *Tourism and the Social Sciences*. London: Routledge.
2. Rojek, C. and Urry, J. (Eds.) (1997) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
3. Rakić, T., & Lester, J. (Eds.) (2013) *Travel, Tourism and Art*. Farnham: Routledge.
4. Sharpley, R. and Telfer, D. J. (Eds.) (2015) *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (2nd Ed). Bristol: Channel View Publications.

Članci objavljeni u znanstvenim časopisima:

5. Hall, C. M., Scott, D. and Gössling, S. (2020) Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22 (3), 577-598.
6. Jenkins, O. (2003) Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation. *Tourism Geographies*, 5 (3), 305-328.
7. Towner, J. and Wall, G. (1991) History and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (1), 71-84.
8. Salazaar, N. B. (2021) Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 863-882.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Smith, M. (2015) <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i> (3 rd Ed.). London: Routledge.	5	48
Sharpley, R. (2018) <i>Tourism, Tourists and Society</i> (5 th Ed). London: Routledge.	5	48
Urry, J. and Larsen, J. (2011) <i>Tourist Gaze 3.0</i> . London: Sage.	5	48
Frew, E. and White, L. (Eds.) (2016) <i>Tourism and National Identities: An International Perspective</i> . London Routledge.	5	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Suzana Marković	
Naziv predmeta	Virtualni doživljaj	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi predmeta su sljedeći: (a) upoznati studente sa uranjajućim interaktivnim tehnologijama koje mogu spojiti fizički i virtualni svijet – virtualna stvarnost (VR), proširena stvarnost (AR) i mješovita stvarnost (MR) te mogućnostima koje pruža navedena tehnologija u kreiranju novih doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji, (b) osposobiti studente da uz pomoć stečenog znanja sudjeluju u dizajniranju, upravljanju i mjerenju virtualnih doživljaja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati koncepte iz područja turističkog i virtualnog doživljaja
2. Procijeniti važnost i ulogu uranjajućih tehnologija u turističkoj i hotelskoj industriji
3. Vrednovati i usporediti teorije, koncepte i metode koje se odnose na mjerenje virtualnog doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji
4. Kritički prosuđivati prednosti i nedostatke korištenja uranjajućih tehnologija u kreiranju novih doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji
5. Vrednovati postojeće virtualne doživljaje primjenom kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja te predložiti smjernice za poboljšanje istih

1.4. Sadržaj predmeta

Konceptualizacija: Turizam 5.0. E-turizam. Pametni turizam (*smart tourism*). Digitalni turizam. Ekonomija doživljaja. Kvaliteta doživljaja. Turistički doživljaj i vrste. Virtualno okruženje. Virtualni doživljaj. Virtualne ture. Virtualni obilasci hotela. Osjetilni doživljaj.

Uranjajuće tehnologije u turizmu i hotelskoj industriji: Definiranje uranjajuće tehnologije. Povijesni razvoj uranjajućih tehnologija. Virtualna stvarnost (VR). Proširena stvarnost (AR). Mješovita stvarnost (MR). Osnove dizajniranja virtualnih doživljaja. Privatnost i etika pri upotrebi uranjajućih tehnologija. Primjena VR, AR i MR u turizmu i hotelskoj industriji.

Mjerenje kvalitete virtualnih doživljaja: Osmišljavanje teme istraživanja, definiranje problema i ciljeva istraživanja. Pretraživanje literature i izrada pregleda dosadašnjih istraživanja. Kreiranje ljestvice za mjerenje kvalitete virtualnog doživljaja. Uzorak i prikupljanje podataka. Analiza kvalitativnih podataka. Analiza kvantitativnih podataka. Izrada izvješća.

Novi trendovi u istraživanju i mjerenju virtualnih doživljaja, te primjene uranjajućih tehnologija u turizmu

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara. Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati individualni i grupni zadaci, prezentirati rezultati istraživačkog projekta i sl. Prisustvovanje na predavanjima i seminarskoj nastavi će se evidentirati.

1.8. Praćenje⁴¹ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,4	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). *Istraživački SPaSS*. Zagreb: Naklada Ljevak.
2. Marković, S. (2021). *Virtualni doživljaj*. (e-PREDAVANJA na Merlinu)
3. Dorčić, J. (2021). *Virtualni doživljaj*. (e-SEMINARI na Merlinu)

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Benckendorff, P. J., Xiang, Z. & Sheldon, P. J. *Tourism information technology (3rd edition)*. Cabi.
2. Dixit, S. K. (Ed.). (2020). *The Routledge handbook of tourism experience management and marketing*. Routledge.
3. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*. Routledge
4. Hillmann, C. (2021). *UX for XR: User experience design and strategies for immersive technologies*. Apress.
5. Jung, T., & tom Dieck, M. C. (Eds.) (2018). *Augmented Reality and Virtual Reality. Empowering Human, Place and Business*. Cham: Springer International Publishing.
6. Malhotra, N. K. & Birks, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall

⁴¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Mealy, P. (2018). *Virtual & augmented reality for dummies*. John Wiley & Sons.
8. Pandžić, I. S., Pejša, T., Matković, K., Benko, H., Čereković, A. & Matijašević, A. (2011). *Virtualna okruženja: interaktivna 3D grafika I njene primjene*. Zagreb: Element.
9. Stuart, H. (2018). *Virtual Reality Marketing: Using VR to Grow a Brand and Create Impact*. Kogan Page Publishers.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). Istraživački SPaSS. Zagreb: Naklada Ljevak.	13	48
Marković, S. (2021). Virtualni doživljaj. (e-PREDAVANJA na Merlinu)	PDF	48
Dorčić, J. (2021). Virtualni doživljaj. (e-SEMINARI na Merlinu)	PDF	48

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelji predmeta	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	
Naziv predmeta	Društvene mreže i influencer marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij Menadžment u turizmu	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30(15+0+15)

2. OPIS PREDMETA

1.14. Ciljevi predmeta

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija u primjeni društvenih medija i influencer marketinga. Kreiranjem i upravljanjem sadržajem na društvenim medijima, studenti će upoznati platforme društvenih medija, korisničko ponašanje i iskustvo na društvenim medijima i njihovu ulogu u suvremenom poslovnom okruženju. Naučit će kako stvarati i upravljati interaktivnom komunikacijom, oblikovati strategije marketinga za društvene platforme te na koji način planirati, implementirati i pratiti marketinške kampanje na društvenim mrežama. Studenti će kritički promisliti o budućim trendovima u primjeni marketinške komunikacije na društvenim mrežama i influencer marketinških aktivnosti te prednostima i izazovima društvenih medija u poslovanju.

1.15. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.16. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

1. Usporediti karakteristike različitih platformi društvenih medija.
2. Procijeniti važnost primjene različitih sadržaja na društvenim medijima u cilju stvaranja integrirane marketinške komunikacije.
3. Prosuditi važnost influencer marketinga u planiranju promotivnih kampanja.
4. Formulirati i pratiti marketinške kampanje na društvenim medijima.
5. Kritički prosuditi o budućim trendovima interaktivne komunikacije na društvenim medijima i influencer marketinških aktivnosti.

1.17. Sadržaj predmeta

Okruženje i područja društvenih medija; Korisničko ponašanje i korisničko iskustvo na društvenim medijima; Strategije marketinga putem društvenih medija; Interaktivna komunikacija na društvenim medijima; Karakteristike i specifičnosti društvenih mreža; Metrika društvenih mreža; Viralni marketing i krizno komuniciranje na društvenim mrežama; Prednosti i izazovi društvenih medija; Odrednice i osobitosti influencer marketinga; Planiranje, implementacija i praćenje influencer marketing kampanja



1.18. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.19. Komentari							
1.20. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.21. Praćenje ⁴² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.22. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.23. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
Čuić Tanković, A., Perišić Prodan, M. (2023), Materijali s predavanja Krajnović, A., Sikirić, D., Hordov, M. (2019), Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije, Sveučilište u Zadru, Zadar.							
1.24. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
Hanlon, A., Tuten, T.L. (2022): The SAGE Handbook of Social Media Marketing, Thousand Oaks: SAGE Tuten, T. L. (2021): Social Media Marketing. Thousand Oaks: SAGE Levin, A. (2020). Influencer marketing for brands. Apress. Butow, E., Herman, J., Liu, S., Robinson, A., & Allton, M. (2020). Ultimate guide to social media marketing. Entrepreneur Press.							
1.25. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Krajnović, A., Sikirić, D., Hordov, M. (2019), Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije, Sveučilište u Zadru, Zadar						15	48
1.26. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i							

⁴² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

ugostiteljstvu.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA

FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

KLASA: 602-04/23-01/78

URBROJ: 2156-18-23-05-01

Opatija, 31. svibnja 2023.

Na temelju članka 9. stavka 1. Statuta Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu od 17. travnja 2023. godine, Fakultetsko vijeće Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na 49. sjednici održanoj dana 31. svibnja 2023. godine, donosi

ODLUKU

o izmjenama i dopunama studijskog programa sveučilišnog diplomskog studija

MENADŽMENT U HOTELIJERSTVU

koje se prijavljuju Povjerenstvu za akreditaciju i vrednovanje studijskih programa Sveučilišta u Rijeci i Senatu

I.

Izmjene i dopune koje se ne iskazuju postotnom vrijednošću (ne ubrajaju se u postotak izmjene ECTS bodova studijskog programa)

1. Uvođenje novoga ili ukidanje postojećeg izbornog predmeta -

R.br.	Predmet	Nositelj	Godina studija	ECTS	Uvođenje novog / Ukidanje postojećeg
1.	Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	I.	3	Uvođenje

II.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

Dekanica

**SANDRA
JANKOVIĆ**

prof. dr. sc. Sandra Janković

Digitally signed by
SANDRA JANKOVIĆ
Date: 2023.05.31
12:42:02 +02'00'

**OBRAZAC ZA IZMJENE I DOPUNE STUDIJSKIH PROGRAMA**

Opće informacije	
Naziv studijskog programa	Sveučilišni diplomski studij Menadžment u hotelijerstvu
Nositelj studijskog programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Izvoditelj studijskog programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Tip studijskog programa	Sveučilišni studij
Razina studijskog programa	Diplomski studij
Akademski/stručni naziv koji se stječe završetkom studija	Sveučilišni magistar / magistra ekonomije (univ. mag. oec.)
Naziv i šifra standarda kvalifikacije koja se stječe završetkom studija (ako je program upisan u Registar HKO-a)	

1. Vrsta izmjena i dopuna**1.1. Vrsta izmjena i dopuna koje se predlažu**

B) Izmjene i dopune koje se ne iskazuju postotnom vrijednošću (ne ubrajaju se u postotak izmjene ECTS bodova studijskog programa)

1. Uvođenje novoga ili ukidanje postojećeg izbornog predmeta

R.br.	Predmet	Nositelj	Godina studija	ECTS	Uvođenje novog / Uklanjanje postojećeg
1.	Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	I.	3	Uvođenje

1.2. Postotak ECTS bodova koji se mijenjaju predloženim izmjenama i dopunama

0 %

1.3. Postotak ECTS bodova koji je izmijenjen tijekom ranijih postupka izmjena i dopuna u odnosu na izvorno akreditirani studijski program

Odlukom Senata Sveučilišta u Rijeci o izmjenama i dopunama studijskog programa diplomskog sveučilišnog studija Menadžment u hotelijerstvu (KLASA: 007-01/22-03/02; URBROJ: 2170-57-01-22-134) od 26. travnja 2022. izvršene su izmjene u iznosu od 60% pri čemu su za izmijenjeni studijski program dobivene dvije pozitivne recenzije.

– od tada je postotak izmjena bio 0%.



2. Obrazloženje zahtjeva za izmjenama i dopunama

2.1. Razlozi i obrazloženje izmjena i dopuna studijskog programa

Razlog izmjena i dopuna diplomskog studija Menadžment u hotelijerstvu je usklađivanje izbornih predmeta koji se izvode na ostalim diplomskim studijima Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

2.2. Procjena svrhovitosti izmjena i dopuna¹

Svrha je izmjene i dopune studijskoga programa omogućiti studentima stjecanje relevantnih znanja, vještine i kompetencije za obavljanje različitih poslova u hotelijerstvu, s prvenstvenom orijentacijom na menadžerske poslove u prodaji, domaćinstvu, gastronomiji, restoraterstvu te pružanju ostalih turističkih usluga hotela. Znanja stečena ovim studijem, osiguravaju uspješno upravljanje s jedne strane malim i srednjim poslovnim sustavima, ali također i velikim poslovnim sustavima jer se navedena znanja nadovezuju na prethodno stečena znanja kroz programe prijediplomskoga studija. Konkretna znanja stečena tijekom preddiplomskoga, a zatim i diplomskoga studija ovoga profila su posebno cijenjena u velikim hotelskim kompanijama.

2.3 Usporedivost izmijenjenog i dopunjenog studijskog programa sa sličnim programima akreditiranih visokih učilišta u RH i EU²

Za potrebe izmjena i dopuna studijskog programa postignut je visok stupanj usklađenosti sa srodnim fakultetima u RH, EU i svijetu, kao primjerice:

- EHL, Švicarska, <https://www.ehl.edu/en/about-ehl/>
- University of Nevada, Sjedinjene Američke Države, <https://www.unlv.edu/>
- Glion, Švicarska, <https://www.glion.edu/>
- Les Roches, Švicarska, <https://lesroches.edu/>
- Hotel School The Hague, Nizozemska, <https://www.hotelschool.nl/>
- Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", <https://fet.unipu.hr/>
- Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, <https://www.efzg.unizg.hr/>

2.4. Usklađenost s institucijskom strategijom razvoja studijskih programa³

Ovaj je studijski program u cijelosti usklađen s misijom i vizijom Sveučilišta u Rijeci, kao i s misijom i vizijom FMTU. Misija je FMTU kao znanstveno-istraživačke i obrazovne institucije biti kreator znanja o turizmu, ugostiteljstvu i održivom razvoju. Studentima se osigurava kvalitetno obrazovanje za preuzimanje liderskih pozicija u uvjetima snažne globalne konkurencije.

Namjera FMTU je da se studijski programi kontinuirano osuvremenjuju na temelju rezultata recentnih istraživanja znanstvenika izabranih u znanstveno-nastavna i suradnička radna mjesta te su u tom kontekstu izmjene i dopune usklađene sa strateškim ciljevima znanstveno-istraživačke djelatnosti te ključnim istraživačkim područjima i temama obuhvaćenim Strategijom Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu 2021. – 2025. (2021.).

Strategija razvoja Sveučilišta u Rijeci 2021. – 2025 „Europsko sveučilište budućnosti (2021.) predstavlja strateški dokument temeljem kojega će se razvijati matično Sveučilište u narednom razdoblju. Dokument u svojim ciljevima navodi razvijanje novih kao i osuvremenjivanje postojećih studijskih programa. Osim toga, povezivanje nastavnog rada s rezultatima istraživanja kao i planiranje studijskih programa temeljnih na ishodima učenja, razvoj suvremenih metoda učenja i poučavanja te pristup poučavanja usmjeren na studenta naglašavaju se kao

¹ Primjerice, procjena svrhovitosti obzirom na potrebe tržišta rada u javnom i privatnom sektoru, povećanje kvalitete studiranja i dr.

² Navesti i obrazložiti usporedivost programa, od kojih barem jedan iz EU, s izmijenjenim i dopunjenim programom koji se predlaže te navesti mrežne stranice programa.

³ Preciznije, usklađenost s misijom i strateškim ciljevima Sveučilišta u Rijeci i visokoškolske institucije.



smjer razvoja Sveučilišta u Strategiji. Osim toga, ideja studenata kao partnera u procesu kreiranja novih ili revizije postojećih studijskih programa kao i naglasak na praktičnim vještinama te povezivanju s lokalnom zajednicom postavljeni su kao važan indikator uspješnosti Sveučilišta.

2.5. Ostali važni podatci – prema mišljenju predlagača

-

3. Opis obveznih i/ili izbornih predmeta s unesenim izmjenama i dopunama

3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta(i/ili modula, ukoliko postoje) s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS – bodova (prilog: Tablica 1)

Prilog: Tablica 1

3.2. Opis svakog predmeta (prilog: Tablica 2)

Prilog: Tablica 2



Tablica 1.

3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta i/ili modula s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS bodova

a) Važeća inačica u kojoj su vidljive predložene promjene i izmjene prihvaćene na 49. sjednici Fakultetskog vijeća održanoj dana 31. svibnja 2023. godine

POPIS PREDMETA: MENADŽMENT U HOTELIJERSTVU						
Godina studija: 1.						
Semestar: I.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECT S	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Mjerenje kvalitete doživljaja	prof. dr. sc. Suzana Marković	30	0	30	6	O
Hotelske operacije	prof. dr. sc. Vlado Galičić; izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	30	0	30	6	O
Menadžment projekata u hotelijerstvu	prof. dr. sc. Marko Perić	30	0	30	6	O
Strategijsko računovodstvo	izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	30	0	30	6	O
Poslovna prognostika	izv. prof. dr. sc. Maja Gregorić	15	0	15	3	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
IZBORNI PREDMETI						
Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	15	0	15	3	I
Turistička potrošnja	izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	15	0	15	3	I
Menadžment troškova	izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	15	0	15	3	I
Standardi u ugostiteljstvu	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	15	0	15	3	I
Financijska tržišta i institucije	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	I
Poduzetništvo u kulturi	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	15	0	15	3	I
Statistička kontrola kvalitete	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Luksuzni turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Organizacijsko ponašanje	prof. dr. sc. Nadia Pavia	15	0	15	3	I
Opskrbni lanci u turizmu	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	15	0	15	3	I
Marketing turističke destinacije i održivost	prof. dr. sc. Lorena Bašan	15	0	15	3	I
Ruralni turizam	prof. dr. sc. Romina Alkier	15	0	15	3	I
Tehnike pregovaranja	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I
Semestar: II.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECT S	STATUS



OBVEZNI PREDMETI						
Vještine vodstva	doc. dr. sc. Lorena Dadić Fruk	30	0	30	6	O
Izvori financiranja u hotelijerstvu	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	O
Poslovne inovacije i trendovi u hotelijerstvu	doc. dr. sc. Vanja Vitezić	15	0	15	3	O
Hotelska prodaja	doc. dr. sc. Marina Laškarin Ažić	15	0	15	3	O
Planiranje u hotelijerstvu	prof. dr. sc. Helga Maškarin Ribarić	15	0	15	3	O
DIPLOMSKI RAD					9	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
IZBORNI PREDMETI						
Poslovna inteligencija	prof. dr. sc. Christian Stipanović	15	0	15	3	I
Komparativni fiskalni sustavi	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	15	0	15	3	I
Međunarodno kretanje kapitala	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	I
Nautički turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Vrednovanje poduzeća	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	15	0	15	3	I
Nutricionizam	prof. dr. sc. Greta Krešić	15	0	15	3	I
Turizam, terorizam i migracije	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	15	0	15	3	I
Menadžment plaža	prof. dr. sc. Zrinka Zadel	15	0	15	3	I
Modeli sustava kvalitete	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	15	0	15	3	I
Inovativne tehnologije	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	15	0	15	3	I
Digitalna komunikacija u turizmu	izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	15	0	15	3	I
Menadžment luksuznih hotela	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	I
Turizam, društvo i kultura	izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	15	0	15	3	I
Virtualni doživljaj	prof. dr. sc. Suzana Marković	15	0	15	3	I
Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	15	0	15	3	I



b) Pročišćena inačica s prihvaćenim promjenama na 49. sjednici Fakultetskog vijeća održanoj dana 31. svibnja 2023. godine

POPIS PREDMETA: MENADŽMENT U HOTELIJERSTVU						
Godina studija: 1.						
Semestar: I.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECT S	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Mjerenje kvalitete doživljaja	prof. dr. sc. Suzana Marković	30	0	30	6	O
Hotelske operacije	prof. dr. sc. Vlado Galičić; izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	30	0	30	6	O
Menadžment projekata u hotelijerstvu	prof. dr. sc. Marko Perić	30	0	30	6	O
Strategijsko računovodstvo	izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	30	0	30	6	O
Poslovna prognostika	izv. prof. dr. sc. Maja Gregorić	15	0	15	3	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
IZBORNI PREDMETI						
Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	15	0	15	3	I
Turistička potrošnja	izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	15	0	15	3	I
Menadžment troškova	izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	15	0	15	3	I
Standardi u ugostiteljstvu	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	15	0	15	3	I
Financijska tržišta i institucije	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	I
Poduzetništvo u kulturi	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	15	0	15	3	I
Statistička kontrola kvalitete	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	prof. dr. sc. Tea Baldigara	15	0	15	3	I
Luksuzni turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Organizacijsko ponašanje	prof. dr. sc. Nadia Pavia	15	0	15	3	I
Opskrbni lanci u turizmu	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	15	0	15	3	I
Marketing turističke destinacije i održivost	prof. dr. sc. Lorena Bašan	15	0	15	3	I
Ruralni turizam	prof. dr. sc. Romina Alkier	15	0	15	3	I
Tehnike pregovaranja	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	15	0	15	3	I
Semestar: II.						
PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECT S	STATUS
OBVEZNI PREDMETI						
Vještine vodstva	doc. dr. sc. Lorena Dadić Fruk	30	0	30	6	O
Izvori financiranja u hotelijerstvu	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	15	0	15	3	O
Poslovne inovacije i trendovi u hotelijerstvu	doc. dr. sc. Vanja Vitezić	15	0	15	3	O



Hotelska prodaja	doc. dr. sc. Marina Laškarin Ažić	15	0	15	3	O
Planiranje u hotelijerstvu	prof. dr. sc. Helga Maškarin Ribarić	15	0	15	3	O
DIPLOMSKI RAD					9	O
Izborni predmet		15	0	15	3	I
IZBORNI PREDMETI						
Poslovna inteligencija	prof. dr. sc. Christian Stipanović	15	0	15	3	I
Komparativni fiskalni sustavi	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	15	0	15	3	I
Međunarodno kretanje kapitala	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	15	0	15	3	I
Nautički turizam	prof. dr. sc. Daniela Gračan	15	0	15	3	I
Vrednovanje poduzeća	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	15	0	15	3	I
Nutricionizam	prof. dr. sc. Greta Krešić	15	0	15	3	I
Turizam, terorizam i migracije	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	15	0	15	3	I
Menadžment plaža	prof. dr. sc. Zrinka Zadel	15	0	15	3	I
Modeli sustava kvalitete	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	15	0	15	3	I
Inovativne tehnologije	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	15	0	15	3	I
Digitalna komunikacija u turizmu	izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	15	0	15	3	I
Menadžment luksuznih hotela	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	15	0	15	3	I
Turizam, društvo i kultura	izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	15	0	15	3	I
Virtualni doživljaj	prof. dr. sc. Suzana Marković	15	0	15	3	I
Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	15	0	15	3	I



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Suzana Marković	
Naziv predmeta	Mjerenje kvalitete doživljaja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa specifičnostima koncepta kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji i stjecanje znanja o tehnikama, metodama i modelima za dizajniranje, upravljanje i mjerenje kvalitete doživljaja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati koncepte iz područja mjerenja kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji i drugim uslužnim djelatnostima
2. Pravilno odabrati tehnike, metode, modele i ljestvice za mjerenje kvalitete doživljaja
3. Vrednovati postojeće turističke doživljaje i predložiti nove doživljaje u cilju unapređenja konkurentnosti i kvalitete poduzeća ili turističke destinacije
4. Osmisliti temu i nacrt istraživanja, izgraditi ljestvicu za mjerenje kvalitete doživljaja, prikupiti i analizirati prikupljene podatke primjenom metoda kvalitativne i kvantitativne analize
5. Kreirati kvantitativno i kvalitativno istraživanje
6. Donositi zaključke i prezentirati rezultate vlastitog istraživanja, te ih usporediti s prethodnim istraživanjima

1.4. Sadržaj predmeta

Konceptualizacija: Ekonomija doživljaja. Ekonomija dijeljenja. Kvaliteta usluga. Zadovoljstvo klijenta i lojalnost. Kvaliteta doživljaja. Turistički doživljaj i vrste. Osjetilni turistički doživljaj. Gastronomski turistički doživljaj. Kulturni doživljaj. Virtualni doživljaj.

Turistički doživljaj i nove tehnologije: Ekonomija dijeljenja i turistički doživljaj. Upravljanje turističkim doživljajem na društvenim mrežama. Produžena stvarnost (virtualna i proširena stvarnost).

Mjerenja kvalitete doživljaja: Izrada nacrt istraživanja. Izbor teme i istraživačka pitanja. Definiranje problema i ciljeva istraživanja. Izrada pregleda dosadašnjih istraživanja. Kreiranje ljestvice za mjerenje kvalitete doživljaja. Uzorak i prikupljanje podataka. Analiza kvalitativnih podataka. Analiza kvantitativnih



podataka. Izrada izvješća.

Novi trendovi u istraživanju i mjerenju kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara. Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati individualni i grupni zadaci, prezentirati rezultati istraživačkog projekta i sl. Prisustvovanje na predavanjima i seminarskoj nastavi će se evidentirati.

1.8. Praćenje⁴ rada studenata

Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	1,5	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Marković, S. (2021). *Mjerenje kvalitete doživljaja*. (e-PREDAVANJA na Merlinu)
2. Dorčić, J. (2021). *Mjerenje kvalitete doživljaja*. (e-SEMINARI na Merlinu)
3. Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). *Istraživački SPaSS*. Zagreb: Naklada Ljevak.
4. Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). *Istraživanje turističkih tržišta* (2. izmijenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Ekonomski fakultet
5. Vranešević, T., Pandža Bajs, I. & Mandić, M. (2018). *Upravljanje zadovoljstvom klijenata* (2. promijenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Accent

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Brotherton, B. (2017). *Researching Hospitality and Tourism*. SAGE
2. Cai, L. A., & Alaedini, P. (Eds.). (2018). *Quality services and experiences in hospitality and tourism*. Emerald Group Publishing
3. Dixit, S. K. (Ed.). (2020). *The Routledge handbook of tourism experience management and marketing*. Routledge
4. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*. Routledge
5. Gursoy, D., Uysal, M., Sirakaya-Turk, E., Ekinci, Y., Baloglu, S. (2015). *Handbook of Scales in Tourism and Hospitality Research*. CABI

⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



6. Malhotra, N. K. & Birks, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall
7. Matthews, B., Ross, L. (2010). *Research Methods: A practical guide for the social sciences*. Pearson
8. Nunan, D., Burks, D. F., Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research*. Pearson
9. Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. S. (Eds.) (2018). *Creating experience value in tourism* (2nd edition). CABI
10. Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Prentice Hall
11. Thomas, G. (2017). *How to do your research project: A guide for students*. SAGE

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i> . Zagreb: Naklada Ljevak.	13	50
Marušić, M., Prebežec, D. & Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (2. izmjenjeno o dopunjeno izdanje). Zagreb: Ekonomski fakultet	20	50
Marković, S. <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i> . (e-PREDAVANJA na Merlinu)	PDF	50
Dorčić, J. <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i> . (e-SEMINARI na Merlinu)	PDF	50
Vranešević, T., Pandža Bajs, I. & Mandić, M. (2018). <i>Upravljanje zadovoljstvom klijenata</i> (2.promjenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Accent.	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Vlado Galičić, izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	
Naziv predmeta	Hotelske operacije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Upoznati studente s osnovama marketinga i prodaje smještajnih, konzumnih i ostalih kapaciteta. Ovladati temeljnim procedurama poslovnih područja hotelskih operacija vezanih uz prijamni odjel, odjel hotelskog domaćinstva, odjel hrane i pića, tehničkog održavanja i sigurnosti. Stvoriti pretpostavke za kvalitetno upravljanje kadrovima i poslovnim rezultatom u hotelu. Osposobiti studente za samostalno korištenje hotelskog Property Management softvera (Oracle Hospitality Opera) u rješavanju operativnih zadataka u prodaji hotelskih kapaciteta.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student biti sposoban:

1. Upravlјati operativnim procesima koji osiguravaju zadovolјstvo gostiju, stvaranje vrijednosti i organizacijsku učinkovitost u skladu sa misijom, ciljevima i strategijama hotela
2. Kritički prosuđivati o doprinosu metoda i tehnika planiranja i organiziranja rada poslovnog područja hotelskih operacija u skladu sa poslovnom i razvojnom politikom hotela s ciljem ostvarenja konkurentnosti
3. Stvoriti pretpostavke za međuodjelno upravljanje timom te praćenje implementacije organizacijskih standarda i standardnih operativnih procedura u svim odjelima u hotelu
4. Predložiti i prezentirati rješenja operativnih zadataka u prodaji hotelskih kapaciteta primjenom hotelskog Property Management softvera (Oracle Hospitality Opera)

1.4. Sadržaj predmeta

Zakonodavna infrastruktura u ugostiteljstvu (zakoni i pravilnici); Ugostiteljski objekti za smještaj; Vrste hotela, usluga, gostiju i ugodnosti u hotelu; Marketing i prodaja hotelskih kapaciteta; Rezervacije; Poslovi u odjelu smještaja (CHECK-IN, IN HOUSE GUEST, CHECK-OUT); Organizacija poslovanja hotelskog domaćinstva, zaštita imovine i gostiju; Menadžment i politika hotelske nabave; Proces pripreme i pružanja usluge hrane i pića; Upravljanje operativnim poslovanjem tehničkog odjela; Upravljanje kadrovima u hotelu; Upravljanje poslovnim rezultatom u hotelu; Nove tehnologije u digitalizaciji hotelskih operacija



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje i aktivno sudjelovanje u nastavi, samostalno i grupno rješavanje konkretnih poslovnih slučajeva primjenom odgovarajućeg hotelskog softvera, polaganje kolokvija i završnog ispita							
1.8. Praćenje ⁵ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	1,5
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Galičić, V. (2017). Poslovanje hotelskoga odjela smještaja. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (e-udžbenik). 2. Galičić, V., Šimunić, M. (2006). Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Chibili, M.N. (Ed.) (2017). Modern Hotel Operations Management, 1st Edition. London: Routledge. 2. Hayes, D.K., Ninemeier, J.D., Miller, A.A. (2017). Hotel Operations Management, 3rd Editions. Boston: Pearson. 3. Szende, P., Dalton, A.N., Yoo, M.M. (Eds.). (2021). Operations Management in the Hospitality Industry, 1st Editions. UK: Emerald Publishing Limited.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Galičić, V., Poslovanje hotelskoga odjela smještaja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, (e-udžbenik), Opatija, 2017.						(e-izdanje)	50
Galičić, V., Šimunić, M., Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2006.						20	50

⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Marko Perić	
Naziv predmeta	Menadžment projekata u hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj je predmeta objasniti ulogu projekata i menadžmenta projekata u razvijanju poslovnih sustava u hotelijerstvu. Naglasak je na strateškoj pripremi, evaluaciji, započinjanju i razvijanju modela menadžmenta projekata na razini poslovnog sustava (hotelskog poduzeća) kako bi se studenti osposobili za upravljanje projektima u uvjetima suvremenog razvoja turizma i hotelijerstva.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će biti sposobni:

1. kritički vrednovati ulogu, značaj i mogućnosti primjene metodologije projektnog menadžmenta u hotelijerstvu
2. kritički prosuđivati ulogu investicijskih projekata u razvijanju hotelskih poslovnih sustava
3. osmisliti i prezentirati vlastitu projektnu ideju u hotelijerstvu
4. ocijeniti ekonomsku opravdanost vlastitog projektnog prijedloga

1.4. Sadržaj predmeta

Teoretsko-metodološko definiranje projekta i projektnog menadžmenta. Životni ciklus projekta i projektni dionici (stakeholderi). Procesne grupe i područja znanja projektnog menadžmenta. Funkcije/procesi upravljanja projektima: planiranje, organiziranje, vođenje i kontrola. Strateški aspekt menadžmenta projekata u hotelijerstvu. Projekti i okruženje. Projektно orijentiran hotelski poslovni sustav. Investicijski projekti u hotelijerstvu. Metode odlučivanja i izbor projekata u turizmu i ugostiteljstvu. Menadžment projekata u hotelijerstvu – primjeri.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- ☒ predavanja
- ☒ seminari i radionice
- ☐ vježbe
- ☐ obrazovanje na dalji
- ☐ terenska nastava

- ☒ samostalni zadaci
- ☐ multimedija i mreža
- ☐ laboratorij
- ☐ mentorski rad
- ☒ ostalo



1.6.	Komentari						
1.7.	Obveze studenata						
Pohađanje nastave, pristupanje provjerama znanja, istraživački rad i izrada projektnog zadatka.							
1.8.	Praćenje ⁶ rada studenata						
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	1	Esej		Istraživanje	0,2
Projekt	1,5	Kontinuirana provjera znanja	1,3	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Cetinski, V. & Perić, M. (2013). Projektni menadžment (2. izdanje). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Project Management Institute (2017). A Guide to the Project management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (6th ed.). Newtown Square, PA: Project Management Institute.							
2. Perić, M., Chersulich Tomino, A., Barač-Miftarević, S., & Mekinc, J. (2021). Review and analysis of Project Management Knowledge Areas in the contemporary literature. Academy of Strategic Management Journal, 20 (6), 1-15.							
3. Cleland, D.I. & Ireland, L.R. (2007). Project Management – Strategic Design and Implementation (5th ed.). New York: McGraw-Hill.							
4. Cetinski, V., Perić, M. & Jovanović, D. (2009). Poslovne simulacije. Rijeka: Fintrade&tours d.o.o.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Cetinski, V. & Perić, M. (2013). Projektni menadžment (2. izdanje). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.						5	50
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Dubravka Vlašić	
Naziv predmeta	Strategijsko računovodstvo	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je upoznati studente s teorijskim okvirom strategijskog računovodstva te mogućnostima i načinom implementacije u hotelijerstvu. Također, cilj je osposobiti studente da stečena znanja i vještine o metodama i tehnikama strategijskog računovodstva primjene u evaluaciji dugoročne uspješnosti hotelskih poduzeća.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da nakon izvršavanja svih obveza predviđenih nastavnim programom predmeta studenti budu sposobni:

1. Predložiti metode, instrumente i tehnike strategijskog računovodstva za evaluaciju dugoročne uspješnosti poslovnih sustava u hotelijerstvu.
2. Kritički prosuditi strategiju *Revenue managementa*: pristup formiranju cijena i cjenovnim strategijama, profitabilnosti kanala prodaje i tržišnih segmenata, usporedbu s konkurencijom.
3. Ocijeniti izvještaje o održivosti/ integrirane izvještaje hotelskih poduzeća.

1.4. Sadržaj predmeta

Sadržaj predmeta usmjeren je na izvještaje strategijskog računovodstva, a izučava se koristeći studije slučajeva kroz koje studenti usvajaju i razvijaju praktična i primjenjiva znanja koja se odnose na mogućnosti unapređenja sustava izvještavanja i ocjenjivanja uspješnosti poslovnih sustava.

Predmet se izučava kroz slijedeće tematske jedinice:

- Strategijsko računovodstvo kao podsustav menadžerskog računovodstva: konceptualni okvir, metode, zadaci, instrumenti, tehnike.
- Računovodstvo troškova: instrumenti i metode.
- Računovodstvo kupaca: profil, prihodi, obračun, izvještaji, profitabilnost.
- Računovodstvo konkurencije: konceptualni okvir, metode, benchmarking, izvještaji.
- Strateški *Revenue management*: pristupi formiranju cijena, cjenovne strategije hotela,

profitabilnosti kanala prodaje i tržišnih segmenata, usporedbu s konkurencijom i generiranje benchmarking izvještaja (STR; Hotel Benchmarking).							
<ul style="list-style-type: none"> Izveštavanje o održivosti poduzeća i integrirano izvješćivanje u hotelijerstvu. Uravnoteženo mjerenje rezultata (<i>Sustainability Balanced Scorecard</i>): konceptualni okvir, perspektive, mape i pokazatelji. 							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <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 checked="" type="checkbox"/> ostalo Case study			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara, te se od studenata očekuje aktivno sudjelovanje te izvršavanje svih zadanih obveza. Student je dužan pristupiti parcijalnom obliku ispitivanja, te pismenom ispitu, uz uvjet da svlada sve oblike gradiva predviđene nastavnim planom i programom predmeta.							
1.8. Praćenje ⁷ rada studenata							
Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,3	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Case study	1,7				
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Gulin, D., Janković, S., Dražić-Lutitsky, I., Perčević, H., Peršić, M., & Vašiček, V. (2011). Upravljačko računovodstvo. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika. (izabrana poglavlja) 2. Peršić, M., & Janković, S. (2006). Menadžersko računovodstvo hotela. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment. (izabrana poglavlja)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Li, W. S. (2019). Strategic Management Accounting- A Practical Guidebook with Case Studies, Springer. 2. Jones, T., Atkinson, H., Lorenz, A., & Harris, P. (2012). Strategic Managerial Accounting: Hospitality, Tourism & Events Applications (6 th ed). Oxford: Goodfellow Publishers Limited. 3. Ivanov, S. (2014). Hotel revenue management: From theory to practice. Varna: Zangador. 4. Smith, M. (2005). Performance Measurement and Management: A Strategic Approach to Management Accounting. London, Sage. 5. Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1997). Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston:							

⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Harvard Business School Press.

6. Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (2004). Strategy Maps. Boston: Harvard -Business School Press.

7. Gunnar Rimmel (2021). Accounting for Sustainability, Routledge.

8. Mio, C. (Ed.). (2016). Integrated Reporting: A New Accounting Disclosure. London, :Springer.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gulin, D., Janković, S., Dražić-Lutitsky, I., Perčević, H., Peršić, M., & Vašiček, V. (2011). Upravljačko računovodstvo. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika. (izabrana poglavlja)	5	50
Peršić, M., & Janković, S. (2006). Menadžersko računovodstvo hotela. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment. (izabrana poglavlja)	25	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Maja Gregorić	
Naziv predmeta	Poslovna prognostika	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj je predmeta upoznati studente sa procesnim pristupom poslovnom prognoziranju i osposobiti ih za primjenu stečenih znanja u procjeni modela, analizi i vrednovanju rezultata te donošenju zaključaka temeljem dobivenih rezultata prognoziranja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da studenti nakon položenog ispita iz kolegija *Poslovna prognostika* mogu:

1. Kombinirati različite izvore informacija sa ciljem definiranja predmeta i problema istraživanja čije rješavanje zahtijeva primjenu procesnog pristupa poslovnom prognoziranju.
2. Osmisliti i provesti istraživanje temeljem empirijskih podataka sukladno procesnom pristupu poslovnom prognoziranju, te prezentirati rezultate.
3. Vrednovati i kritički prosuđivati rezultate primjene procesnog pristupa poslovnom prognoziranju empirijskih podataka.
4. Donositi zaključke temeljem rezultata dobivenih primjenom procesnog pristupa prognoziranju empirijskih podataka.

1.4. Sadržaj predmeta

Pojmovno određenje i obilježja prognoziranja (Uvod u prognoziranje. Važnost i uloga prognoziranja. Specifičnosti prognoziranja u hotelijerstvu i turizmu). Procesni pristup prognoziranju. Pitanje etičnosti u poslovnom prognoziranju. Uvodno o vrstama podataka. Osnovni pojmovi i definicije analize vremenskih serija. Kvantitativne metode prognoziranja – prognoziranje i evaluacija modela prognoziranja (Klasične vs. kauzalne metode prognoziranja. Metode umjetne inteligencije. Prognostičke pogreške.)

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad



		<input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. <i>Komentari</i>					
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Obaveze studenata su: Prisutnost na predavanjima i seminarskoj nastavi, aktivno sudjelovanje u nastavi, izrada projektnog zadatka, kontinuirana provjera znanja te završni ispit.					
1.8. <i>Praćenje⁸ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	Istraživanje
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat	Praktični rad
Portfolio					
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Gregorić, M. (2022). Poslovna prognostika (e – nastavni materijal u pripremi). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci. 2. Newbold, P., Carlson, W.L., Thorne, B. (2010.) Statistika za poslovanje i ekonomiju. Zagreb: Mate d.o.o. (odabrana poglavlja)					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. European Travel Commision. (2021). Handbook on Tourism Forecasting Methodologies. Belgium, Brusseles: European Travel Commission. 2. Hanke, E. John, & Wichern, D. (2014). Business Forecasting. UK: Pearson 3. Render, B., Stair, R., Hanna, E.M., Hale, T.S. (2018). Quantitative Analysis for Management (13th ed.). England: Pearson. (odabrana poglavlja)					
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>					
<i>Naslov</i>				<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
1. Gregorić, M. (2022). Poslovna prognostika (e – nastavni materijal u pripremi). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.				<i>E - izdanje</i>	50
2. Newbold, P., Carlson, W.L., Thorne, B. (2010.) Statistika za poslovanje i ekonomiju. Zagreb: Mate d.o.o. (odabrana poglavlja)				5	50
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim					

⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Mislav Šimunić	
Naziv predmeta	Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta jest u upoznavanju studenata sa trenutnim stanjem digitalnog okruženja čime su web stranice determinirane te upoznavanjem sa suvremenim konceptima i alatima za izradu web stranica. Cilj je kolegija također da na temelju stečenih znanja budu sposobni samostalno osmisлити, pripremiti, kreirati i voditi cjelokupni projekt izrade web site-a od faze osmišljavanja do faze realizacije / izrade web sitea.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Na temelju **kritičkog prosuđivanja** konteksta poslovnog okruženja, **isplanirati** projekt izrade web site-a;
2. Sastaviti faze i elemente projekta izrade web site-a, te **formulirati** i **pripremiti** cijeli projekt (dokumentacija, sadržaj, logika) pripreme web site-a;
3. Koristiti sintaksu HTML jezika i suvremena programska rješenja pri **izboru najbolje opcije** modela pri **formuliranju, kreiranju, razvoju** izradi website-a (WYSWYG sučelja, CMS-i),
4. Primijeniti usvojena znanja, vještine i kompetencije u svim fazama izrade web site-a kako bi mogao **ocijeniti** i **valorizirati** projekt izrade web site (u svim fazama od a. osmišljavanja, preko b. realizacije / izrade , do c. unaprjeđenja odnosno optimizacije i održavanja web site-a).

1.4. Sadržaj predmeta

Poslovni kontekst izrade web stranica (okruženje- internet - web – semantika). Planiranje i priprema web site-a. Definiranje elemenata web site-a (entiteti – atributi – varijable) i izrada navigacijske karte. Osnove dizajna, strukture i sadržaja web site-ova/web stranica. Upoznavanje sa HTML sintaksom. Napredne tehnike u programiranju web site-ova (optimizacija, prošireni tagovi). WYSWYG sučelja za izradu web siteova. Računalna grafika. CMS (Content Management System) sustavi. SEM. SEO. Analiza i održavanje web site-ova.

1.5. Vrste izvođenja nastave**X** predavanja
X seminari i radionice**X** samostalni zadaci
X multimedija i mreža



		<input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input checked="" type="checkbox"/> ostalo izrada web site-a		
1.6.	Komentari	Predavanja integrirana i podržana računalom, izvođenje seminarske nastave na računalima, prezentacija projekata/web site-ova studenata				
1.7. Obveze studenata						
Pohađanje nastave (predavanja, seminara/vježbi), izrada i prezentacija web site-ova, izrada projektnih zadataka, timski rad, polaganje kolokvija i završnog ispita.						
1.8. Praćenje ⁹ rada studenata						
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad
Portfolio						0,9
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu						
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.						
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)						
1. Gasston, P. (2013). Moderni web responzivni web dizajn uz HTML5, CSS3 i JavaScript. Zagreb: DOBAR PLAN.						
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)						
1. Niederst Robbins, J. (2008). NAUČITE WEB DIZAJN. Zagreb: Mikro knjiga.						
2. Materijali za predavanja (*.ppt) te, razna pomoćna literatura u dogovoru s nositeljem kolegija.						
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu						
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata
Gasston, P. (2013). Moderni web responzivni web dizajn uz HTML5, CSS3 i JavaScript. Zagreb: DOBAR PLAN.					5	50
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija						
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.						

⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić	
Naziv predmeta	Turistička potrošnja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Temeljni ciljevi predmeta Turistička potrošnja je cjeloviti sagledavanje i razumijevanje turizma kao složenog gospodarskog i sociološkog fenomena. Turistička potrošnja kao temeljna ekonomska varijabla za segment domaćeg i inozemnog turizma determinira bitne elemente na makroekonomskom i mikroekonomskom tržištu, a koje su od velike važnosti za malo otvoreno gospodarstvo poput Republike Hrvatske. Turizam se sagledava primarno kroz aspekt potrošnje, koji dalje determinira razumijevanje, kvantificiranje i modeliranje ukupne ekonomske politike prema turizmu i brojnim povezanim djelatnostima. U okviru predmeta potiče se primjena sustavnog i modelskog pristupa u analiziranju ekonomskih i turističkih pojava, problema i vrednovanja. Turizam se sagledava u okviru ekonomskog, sociološkog, političkog, ekološkog i tehnološkog sustava u nacionalnim i međunarodnim okvirima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati pojam turizma i turističke potrošnje
2. Analizirati važnost turističke potrošnje u okviru ukupnog makroekonomskog okruženja
3. Identificirati važnost turističke satelitske bilance i platne bilance
4. Primijeniti multiplikator turističke potrošnje
5. Sintetizirati pojam turističke potrošnje, turizma i turističke konkurentnosti u Republici Hrvatskoj i drugim EU zemljama

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i važnost turističke potrošnje. Turističko tržište i turist potrošač. Turizam kao složeni gospodarski i društveni sustav. Ekonomske funkcije turizma. Turistička potražnja i turistička potrošnja kao dio agregatne potražnje i potrošnje. Turistička satelitska bilanca TSA. Turizam u platnoj bilanci. Međusektorski odnosi i efekti turističke potrošnje. Turizam i turistička potrošnja u svijetu – međunarodni, regionalni i nacionalni pregled. Turistička konkurentnost. Benchmarking turističkih i gospodarskih pokazatelja. Perspektive i predviđanja.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Studenti trebaju redovito učestvovati u aktivnostima tijekom semestra u izvođenja nastave i to kroz: a) izrada eseja sa ciljem razumijevanja globalnih turističkih trendova i b) izrada i prezentacija projektnog rada koji se odnosi na istraživanje metoda turističke potrošnje aplicirano na turističku destinaciju. Redovito učenje, aktivno sudjelovanje u nastavi i praćenje suvremenih turističkih trendova ključni su elementi za uspješno savladavanje ispita iz Turističke potrošnje.							
1.8. Praćenje ¹⁰ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Grupa autora (ured. Obadić A., Tica J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. 2. Čavlek, N. i dr. (2011). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga. 3. Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. (2020). Tourism Economics and Policy. Bristol, UK, USA Channel View Publications. 2. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A. et al. (2008). Ekonomija turizma – načela i praksa. Split: Eko.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Grupa autora (ured. Obadić A., Tica J.) (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.						10	50
Čavlek, N. i dr. (2011). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav.						34	50

¹⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Zagreb: Školska knjiga.		
<i>Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</i>	26	50
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr.sc. Dubravka Vlašić	
Naziv predmeta	Menadžment troškova	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je stjecanje teorijskih znanja iz metoda obuhvaćanja troškova kao i praktičnih kompetencija i vještina vezanih uz praćenje i upravljanje troškovima u kratkom i dugom roku te kritičko sagledavanje informacija o troškovima i njihovu ulogu u procesu donošenja poslovnih odluka. Naglasak je na upravljanju troškovima u turističko-hotelskom gospodarstvu, a posebno na vrednovanju sustava internih kontrola i IT sustava koje se implementiraju u funkciji upravljanja troškovima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Izmjeriti troškove koristeći različite metode obuhvaćanja troškova
2. Ocijeniti sustave internih kontrola i IT sustave u funkciji upravljanja troškovima
3. Kritički prosuditi važnost informacija o troškovima u donošenju poslovnih odluka

1.4. Sadržaj predmeta

Sadržaj predmeta usmjeren je na informacije troškovnog računovodstva koje služe kao podloga za upravljanje troškovima, a izučava se koristeći studije slučajeva (case study) kroz koje studenti usvajaju i razvijaju praktična i primjenjiva znanja koja se odnose na mogućnosti unapređenja mjerenja i upravljanja troškovima te sustava internih kontrola kroz slijedeće tematske cjeline:

Osnove teorije troškova. Troškovi u eksternom i internom obračunu. Troškovi i poslovno odlučivanje. Mjerenje troškova kroz primjenu modernih metoda obračuna troškova (ciljni troškovi i obračun troškova okoliša). Troškovi i informacijski zahtjevi menadžmenta u dugom i kratkom vremenskom razdoblju. Sustavi internih kontrola u upravljanju troškovima. Interna revizija troškova. Korištenje IT u upravljanju troškovima.

1.5. Vrste izvođenja nastave

x predavanja

x seminari i radionice

☐ vježbe

☐ obrazovanje na dalji

☐ samostalni zadaci

☐ multimedija i mreža

☐ laboratorij

☐ mentorski rad



		<input type="checkbox"/> terenska nastava		X ostalo case study i timski rad	
1.6. <i>Komentari</i>		Kolegij se izvodi i na engleskom jeziku			
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara, a od studenata se očekuje aktivno sudjelovanje na nastavi te izvršavanje svih zadanih obveza. Student je dužan pristupiti parcijalnom obliku ispitivanja, te pismenom ispitu, uz uvjet da savlada sve oblike gradiva predviđene nastavnim planom i programom predmeta.					
1.8. <i>Praćenje¹¹ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	Eksperimentalni rad
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	Istraživanje
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat	Praktični rad
Portfolio					Studij slučaja
					0,9
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
<ol style="list-style-type: none"> 1. C. T. Horngren, S. M. Datar, G. Foster (2018). Cost Accounting A Managerial Emphasis Prentice Hall, Pearson Education International, New Jersey 2. C., Guilding (2014). Accounting essentials for hospitality managers, third edition, Routledge, odabrana poglavlja 3. K.H:Spencer Pickett (2010)The internal auditing handbook third edition, Wiley and Sons, odabrana poglavlja 4. C Dittemeier, P. Casati (2014), Evaluating Internal Control systems – A Comprehensive Assessment model (CAM) for Enterprise Risk Management, IARF Research report, odabrana poglavlja 5. B. Tušek, L. Žager, I Barišić (2014) Interna revizija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, odabrana poglavlja 6. Prezentacije postavljene u Merlinu 					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Groot, T., Lukka, K., (2000). Cases in Management Accounting. Current practices in European companies. Prentice Hall 2. CHAE – Certified Hospitality Accountant Executive, Certification Study Guide (2001). Vol I & Vol II. Hospitality Financial and Technology Professionals, Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association, 2001. 					
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata

¹¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



C. T. Horngren, S. M. Datar, G. Foster (2018). Cost Accounting A Managerial Emphasis Prentice Hall, Pearson Education International, New Jersey	5	50
C., Guilding (2014). Accounting essentials for hospitality managers, third edition, Routledge, odabrana poglavlja	5	50
K.H:Spencer Pickett (2010)The internal auditing handbook third edition, Wiley and Sons, odabrana poglavlja	5	50
C Dittemeier, P. Casati (2014), Evaluating Internal Control systems – A Comprehensive Assessment model (CAM) for Enterprise Risk Management, IIARF Research report, odabrana poglavlja	5	50
B. Tušek, L. Žager, I Barišić (2014) Interna revizija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, odabrana poglavlja	5	50
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Slobodan Ivanović	
Naziv predmeta	Standardi u ugostiteljstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je upoznati studente s primjenom i razvojem standarda i standardizacije u ugostiteljstvu. Kroz kolegij prezentirat će se teorijske i praktične spoznaje u tom području po uzoru na Europsku uniju i svijet te ukazati da primjena standarda izražava određenu kvalitetu proizvoda i usluga u ugostiteljstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Povezati koncepte, modele i teorije iz područja primjene standarda u ugostiteljstvu
2. Prezentirati različite grupe standarda koji se primjenjuju u ugostiteljstvu
3. Usporediti standarde kvalitete i sigurnosti u ugostiteljstvu
4. Procijeniti kvalitetu primjene standarda u ugostiteljstvu

1.4. Sadržaj predmeta

EKONOMSKI ASPEKTI UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI : karakteristike ugostiteljstva kao proizvodno uslužna djelatnost, povezanost ugostiteljstva i turizma, mjere ekonomske politike usmjerene na razvoj ugostiteljstva.

STANDARDI I STANDARDIZACIJA U UGOSTITELJSTVU: prvi začeci primjene standarda u ugostiteljstvu, uloga i značaj standarda glede kvalitete ugostiteljskih usluga, proces standardizacije u ugostiteljstvu, primjena standarda EU u ugostiteljskoj praksi, tipizacija, standardizacija i unifikacija ugostiteljskih proizvoda i usluga, standardi kvalitete u standardnom nizu ISO 9000, 9001, 9002 i 9003., poznati svjetski standardi i njihova obilježja, uloga i značaj HACCP sustav u ugostiteljstvu.

STANDARDI U IZGRADNJI UGOSTITELJSKIH OBJEKATA: temeljna područja (vrste) ugostiteljskih standarda, ključni postupci planiranja izgradnje ugostiteljskih objekata shodno zakonskoj klasifikaciji i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, metodologija procjene opravdanosti investicijskog projekta gradnje hotelskog ili ugostiteljskog objekta, ekonomska nužnost uvođenja standarda i standardizacije u procesima izgradnje ugostiteljskih objekata.



STANDARDI UNUTRAŠNJEG UREĐENJA I OPREME UGOSTITELJSKIH OBJEKATA: standardi opremanja i uređivanja smještajnih jedinica u hotelu, radni kapaciteti i propusna moć proizvodno- poslužnih prostorija u ugostiteljskom objektu (kuhinja i blagovaona), funkcionalnost restoranskog odjela u ugostiteljskom objektu, struktura i kapaciteti odjela HIP- a, standardi ostalih odjela u hotelu.

STANDARDI NABAVE I ČUVANJE NAMIRNICA: procesi planiranja nabave namirnica u ugostiteljstvu, normativi utroška namirnica i pića, utvrđivanje strukture troškova u ostvarenom prihodu odjela HIP-a, empirijski standardi gubitka kod čišćenja i termičke obrade živežnih namirnica.

STANDARDI PROIZVODNO – USLUŽNOG PROCESA U UGOSTITELJSTVU: tipični oblici proizvodno-uslužnih procesa u odjelu HIP-a, standardizacija namirnica u pripremanju i prigrutavljanju jela, metode izračuna očekivanog broja gostiju u ugostiteljskom objektu, organizacija i tehnike posluživanja u ugostiteljstvu po uzoru na svjetske hotelske brandove.

KADROVSKI STANDARDI U UGOSTITELJSTVU: sistematizacija poslova i radnih zadataka, standardi hotelskih i ugostiteljskih zanimanja, standardi rada u hotelijerstvu i ugostiteljstvu, standardi cijelo životnog obrazovanja i usavršavanja zaposlenika, standardi znanja stranih jezika.

STANDARDI U PRIPREMI JELA: temeljni standardi ključnih postupaka EU u pripremi jela, standardi čuvanja, smrzavanja, odmrzavanja i pripreme namirnica, manipulacija rizičnim skupinama namirnica.

STANDARDI SITNOG INVENTARA U UGOSTITELJSTVU: standardi inventarizacije sitnog inventara u novo otvorenom ugostiteljskom objektu, standardi postelnog rublja u hotelu, standardi veličine restoranske ruberine, stolova, stolica, standardi radne odjeće zaposlenika.

STANDARDI POSLOVNE ETIKE UGOSTITELJSKOG OSOBLJA: standardi etičnosti ugostiteljskog osoblja, bonton u ugostiteljstvu, kodeks poslovnih odnosa i uzanci u ugostiteljstvu.

STANDARDI INFORMIRANJA GOSTIJU: primarni i sekundarni standardi glede informiranja gostiju, kućni red ugostiteljskog objekta, sredstva ponude u ugostiteljskom objektu, standardni povratnog informiranja.

STANDARDI UPRAVLJANJA POSLOVNIM REZULTATOM : postupci mjerenja i usporedbe mjerila uspješnosti poslovanja, utjecaj ukupnih troškova zaposlenika na standarde rada u ugostiteljstvu, utjecaj primjene suvremene tehnologije na standarde rada u ugostiteljstvu, organizacija rada, praćenje, evidencija i kontrola poslovanja u ugostiteljstvu, indikatori uspješnosti poslovanja prijemnog odjela i odjela HIP-a, uloga kontrolinga u poslovanju ugostiteljskog ili hotelskog poduzeća.

TENDENCIJE I MODELI OKRUPNJAVANJA U SVJETSKOM HOTELIJERSTVU: strategijski pristup korporativnom upravljanju u hotelijerstvu, modeli organizacije velikih turističkih korporacija po uzoru na EU i svijet, pristup horizontalnom i vertikalnom povezivanju u hotelijerstvu.

NOVI TRENDOMI MAKROORGANIZACIJE U SVJETSKOM HOTELIJERSTVU: poznati hotelski lanci i njihova temeljna obilježja, *all-inclusive* lanci, *club hotels* - njihova ponuda, prednosti i nedostaci, oblik franšiznog i savjetodavnog hotelskog udruženja u svjetskoj i europskoj praksi.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		
Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u sklopu nastave, izrada i prezentacija seminarskog rada, esej na zadanu temu, izrada samostalnog zadatka te učiti za kolokvije i završni pismeni ispit.		

**1.8. Praćenje¹² rada studenata**

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Pirja, D. (2009.). Standardi u turističkom ugostiteljstvu. Šibenik: Visoka škola za turizam Šibenik.
2. Avelini Holjevac, I. (2006.). Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji. Opatija: FMTU.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Lazibat, T. (2009.). Upravljanje kvalitetom. Zagreb: Znanstvena knjiga.
2. Hayes, D.K., Ninemeier, J.D. (2003.). Hotel Operations Management. New Jersey: Prentice Hall.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Pirja, D. (2009.). Standardi u turističkom ugostiteljstvu. Šibenik: Visoka škola za turizam Šibenik.	5	50
Avelini Holjevac, I. (2006.). Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji. Opatija: FMTU.	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	
Naziv predmeta	Financijska tržišta i institucije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s fundamentalnim znanjima o financijskim tržištima i institucijama u cilju razumijevanja tokova cirkuliranja novčanih sredstava. Studenti će u okviru izučavanja ovoga predmeta steći specifična znanja vezana uz razumijevanje hrvatskog financijskog sustava, središnjeg bankarstva, bankovnih poslova, nebankovnih financijskih institucija, platnog prometa, tržišta novca, te tržišta kapitala, čime će ovladati specifičnim znanjima u cilju donošenja ispravnih financijskih odluka.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Utvrditi spoznaje o funkcioniranju financijskog sustava
2. Utvrditi karakteristike financijskih tržišta i njihovih sudionika
3. Argumentirati karakteristike i poslove različitih bankovnih i drugih financijskih institucija
4. Izabrati, kritički prosuditi, te opravdati investicijske odluke na financijskom tržištu temeljem zadane studije slučaja

1.4. Sadržaj predmeta

Financijski sustav, karakteristike i funkcije financijskog sustava, ponuda i potražnja na financijskom tržištu, financijska imovina, instrumenti i transakcije, financijska piramida, kreditna sposobnost, kreditni rejting, izravno financiranje i financijsko posredovanje, bankovno i tržišno utemeljeni financijski sustavi, naznake o današnjim financijskim sustavima, financijska isključenost i alternativni financijski sustavi, pojam financijskih institucija, vrste financijskih institucija, tradicionalne i nove financijske institucije, središnje bankarstvo, karakteristike središnje banke, središnje banke izabranih zemalja, funkcije središnjih banaka, Banka, definiranje banaka, regulacija banaka, okrupnjavanje banaka, bankovni poslovi, pasivni bankovni poslovi, aktivni bankovni poslovi, nebankovne financijske institucije, klasifikacija nebankovnih financijskih institucija, depozitne štedne institucije, ugovorne štedne institucije, investicijski fondovi, državne financijske institucije, financijske kompanije, investicijske banke, brokeri i dealeri, ostale financijske institucije, platni promet, pojam vrste i kategorije platnog prometa, infrastruktura plaćanja u europskoj



uniji, platni promet u Hrvatskoj, instrumenti međunarodnih plaćanja i osiguranja plaćanja, bankovna garancija, kliring u međudržavnim plaćanjima, platne kartice, mjenica, zadužnica, Financijska tržišta, uloga i funkcija financijskih tržišta, primarno i sekundarno financijsko tržište, devizno tržište, država na financijskom tržištu, sekuritizacija aktive, tržište novca, definicija i značaj tržišta novca, tržišta novca u razvijenim ekonomijama, međunarodno tržište novca, tržište kapitala, funkcije tržišta kapitala, pravna regulacija tržišta kapitala, investicijsko bankarstvo, institucije tržišta kapitala, Hrvatski financijski sustav (razvoj i opće karakteristike sustava, dostignuti stupanj razvijenosti financijskog sustava, tranzicija kriza i početak oporavka, kreditne institucije, ostale financijske institucije, HANFA, Zagrebačka burza, tržište novca i kratkoročnih vrijednosnica, Hrvatska banka za obnovu i razvoj)

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave (redoviti studenti min. prisustvo 75%), aktivno sudjelovanje u nastavi, pisanje kolokvija i pismenog ispita.

1.8. Praćenje ¹³ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,25	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	0,25
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

1. Leko, V., & Stojanović, A. (2018). Financijske institucije i tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu.
2. Prohaska, Z., Radman Peša, A. & Olgić Draženović, B. (2020) Razvoj financijskih tržišta i osnove investicijske analize. Zadar, Sveučilište u Zadru.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Mishkin, F.S. & Eakins S.G. (2019). Financijska tržišta i institucije (8. izd.). Zagreb: MATE.
2. Ivanović, Z. (1997). Financijski menadžment (2. izd.). Opatija: Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu
--

Naslov	Broj	Broj
--------	------	------

¹³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



	<i>primjeraka</i>	<i>studenata</i>
Leko, V., & Stojanović, A. (2018). Financijske institucije i tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu.	5	50
Prohaska, Z., Radman Peša, A. & Olgić Draženović, B. (2020) Razvoj finansijskih tržišta i osnove investicijske analize. Zadar, Sveučilište u Zadru.	6	50
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	
Naziv predmeta	Poduzetništvo u kulturi	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je upoznati studente sa teorijskim spoznajama o poduzetništvu, kulturi, stvaranju kulturne ponude te poduzetništvu u kulturi s naglaskom na nove trendove ponude i potražnje na turističkom tržištu (kulturni turizam, kreativni turizam) te efikasnog poslovnog odlučivanja i koncepcije razvoja organizacija u kulturi. Osim toga u okviru kolegija studente će se upoznati sa značenjem kulturnih i kreativnih industrija u suvremenim gospodarstvima te novim strateškim usmjerenjima organizacija u kulturi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati teorijske pojmove vezane uz poduzetništvo u kulturi, poslovanje organizacija u kulturi, zakonsku regulativu
2. Utvrditi ulogu kulturne i kreativne industrije u suvremenim gospodarstvima
3. Procijeniti sadašnje stanje te argumentirati strategije provođenja poslovnih politika u organizacijama kulture
4. Planirati nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi
5. Utvrditi sinergijsko djelovanje kulture i turizma (novi trendovi u kulturnom turizmu)

1.4. Sadržaj predmeta

Uvodno predavanje. Teorijske determinante poduzetništva i kulture. Kulturne potrebe, kulturna politika i kulturni razvoj. Kulturne i kreativne industrije. Specifičnosti poduzetništva u organizacijama kulture. Oblici organiziranja kulturnih ustanova. Zakonska regulativa i poduzetništvo u kulturi i intelektualno vlasništvo. Poslovni proces i poduzetničke strategije. Planiranje i financiranje u organizacijama kulture. Poticaji poduzetništvu u kulturi RH i EU projekti u kulturi. Nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi. Sinergija poduzetništva u kulturi i turizma. Selektivni oblici turizma i značenje poduzetništva u kulturi. Praktični primjeri iz poduzetništva u kulturi



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit te sudjelovati na terenskoj nastavi.							
1.8. Praćenje ¹⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,2
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar. 2. Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE 3. Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. 4. Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Buble, M., Kružić, D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Zagreb: RRIF. 2. Pavičić, J., Alfirević, N. (2006). Aleksić, Lj., Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia. 3. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga. 4. Tausi, R. (2012). Ekonomika kulture. Beograd: Clio. 5. Cetinski, V., Šugar, V., Perić, M. (2012). Menadžment institucija i destinacija kulture. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.					10	50	

¹⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE	10	50
Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk	5	50
Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)		
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Statistička kontrola kvalitete	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Stjecanje općih i specifičnih kompetencija nužnih za pravilno opisivanje, definiranje, interpretiranje, tumačenje i argumentiranje osnovnih pojmova, metoda, tehnika i instrumentarija statističke kontrole kvalitete s naglašavanjem aplikativnih mogućnosti u suvremenom turističko-hotelskom gospodarstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Za upis predmeta studenti moraju posjedovati znanje iz područja statistike i menadžmenta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da studenti nakon položenog ispita iz predmeta Statistička kontrola kvalitete (3 ECTS) mogu:

1. Pravilno formulirati temeljne pojmove iz statističke kontrole kvalitete
2. Klasificirati i formulirati različite pristupe statističke kontrole kvalitete, procese kao elemente organizacijskih sustava i alate statističke kontrole kvalitete
3. Ocijeniti jednostavnije projekte i samostalne zadatke iz područja primjene statističke kontrole kvalitete na konkretnim primjerima vezanim za turističko i hotelsko poslovanje.
4. Donositi relevantne zaključke temeljene na korištenim alatima statističke kontrole kvalitete

1.4. Sadržaj predmeta

Statistički instrumentarij kontrole i poboljšanja procesa. Počeci i evolucija statističke kontrole kvalitete. Konceptualni aspekti i temeljne značajke procesa. Sposobnost i stabilnost procesa. Indeksi sposobnosti procesa. Shewhartove kontrolne karte. Statistički temelji kontrolnih karata. Vrste kontrolnih karata. Kontrolne karte za attribute. Kontrolne karte za varijable. Ostale metode i tehnike statističke kontrole kvalitete.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

Predavanja, seminari i radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i seminari omogućit će studentima detaljnije



analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja.							
1.7. Obveze studenata							
Student je dužan izraditi samostalne zadatke, uz korištenje obavezne i dopunske literature, te ostalih dostupnih izvora, te na taj način demonstrirati stečena znanja, vještine i sposobnosti iz odabranog područja predmeta. Studentima je omogućen timski rad, no preporuča se i samostalno istraživanje.							
1.8. Praćenje ¹⁵ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,4
Projekt	0,4	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Baldigara, T. & Mušanović, J. (2022). <i>Statistička kontrola kvalitete</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (e-nastavni materijal u pripremi)							
2. Baldigara, T. & Mušanović, J. (2021). <i>Statistička kontrola procesa</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (predavanja postavljenih na mrežnoj stranici kao nastavni tekst)							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Montgomery, D. C. (2020). <i>Introduction to statistical quality control</i> . John Wiley & Sons.							
2. Wheeler, D. J. & Chambers, D. S., (2010). <i>Understanding Statistical Process Control</i> (Third Edition). Knoxville, Tennessee: SPC Press. Inc.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Baldigara, T. & Mušanović, J. (2022). <i>Statistička kontrola kvalitete</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (e-nastavni materijal u pripremi)						Online PDF	50
Baldigara, T. & Mušanović, J. (2021). <i>Statistička kontrola procesa</i> , Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatija (predavanja postavljenih na mrežnoj stranici kao nastavni tekst)						Online PDF	50
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i							

¹⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Tea Baldigara	
Naziv predmeta	Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ciljevi predmeta su:

- studentima pružiti osnovno znanje o *Big Data* i umjetnoj inteligenciji
- objasniti koji su izazovi, prednosti i ograničenja primjene *Big Data* i umjetne inteligencije
- studente upoznati sa analizom *Big Data* i umjetnom inteligencijom kao alata za rješavanje poslovnih problema, za donošenje odluka te unaprjeđenje kvalitete poslovnih procesa
- primjerima dobre prakse prikazati primjenu umjetne inteligencije i analizu *Big Data* u turizmu i hotelijerstvu

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis predmeta.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušane nastave studenti će moći:

- razlikovati specifičnosti *Big Data* od klasičnih podataka i pristupe njihovoj analizi
- opravdati primjenu *Big Data* i umjetne inteligencije u turizmu i hotelijerstvu
- kritički prosuđivati tehnološke inovacije iz područja *Big Data* i umjetne inteligencije za unaprjeđenje poslovnih procesa.

1.4. Sadržaj predmeta

- Tehnološka evolucija.
- Vrste i izvori podataka.
- Definicija i obilježja *Big Data*.
- Društveni i etički izazovi *Big Data*.
- Životni ciklus *Big Data* analitike.
- Metode prikupljanja, pohranjivanja, obrade i upravljanja *Big Data*.
- Big Data* u turizmu i hotelijerstvu.
- Definicija i podjela umjetne inteligencije.
- Područja primjene umjetne inteligencije u turizmu i hotelijerstvu u svrhu poboljšanja kvalitete usluga.



· Umjetna inteligencija u turizmu i hotelijerstvu - primjeri dobre prakse.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari	Predavanja, seminari i radionice i samostalni zadaci su komplementarni. Samostalni zadaci i seminari omogućit će studentima detaljnije analiziranje i razmatranje tematskih cjelina pokrivenih sadržajem predmeta, te im dati mogućnosti za poticanje diskusija i proširenje stečenih znanja. Studenti će imati priliku otići u hotelsko poduzeće i vidjeti kako se prikuplja i obrađuje Big data i primjenjuje umjetna inteligencija u praksi.						
1.7. Obveze studenata							
Prisustvovanje predavanjima, seminarskoj i terenskoj nastavi je obavezno. Od studenata se očekuje da prouče preporučenu literaturom i/ili online izvore za aktivno sudjelovanje u nastavi. Od studenata će se zahtijevati da tijekom nastave, u malim grupama, aktivno sudjeluju u rješavanju kraćih studija slučaja.							
1.8. Praćenje ¹⁶ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	0,4
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Mušanović, J. (2022). <i>Osnove Big Data i umjetne inteligencije</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (nastavni materijal u priremi) 2. Kelleher, J. D. & Tierney, B. (2021). <i>Znanost o podacima</i> . Zagreb: Mate d.o.o. 3. Davenport, T. H. (2021). <i>Prednost umjetne inteligencije</i> . Zagreb: Mate d.o.o.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Sarangi, S. & Sharma, P. (2020). <i>BIG DATA – A Beginner’s Introduction</i> . London: Routledge. 2. Aivalis C.J. (2021) Big Data Technologies. In: Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (eds) <i>Handbook of e-Tourism</i> . Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_23-1 . 3. Bulchand-Gidumal J. (2020) Impact of Artificial Intelligence in Travel, Tourism, and Hospitality. In: Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (Eds.) <i>Handbook of e-Tourism</i> . Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_110-1 . 4. Sigala, M., Rahimi, R., & Thelwall, M. (Eds.). (2019). <i>Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality: Managerial Approaches, Techniques, and Applications</i> . Springer.							

¹⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



5. Marr, B. (2016). *Big data in practice: how 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results*. New York: Wiley & Sons.

6. Marr, B. (2015): *Big Data: Using Smart Big Data Analytics And Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance*. New York: Wiley & Sons.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Mušanović, J. (2022). <i>Osnove Big Data i umjetne inteligencije</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (nastavni materijal u priremi)	online PDF	50
Kelleher, J. D. & Tierney, B. (2021). <i>Znanost o podacima</i> . Zagreb: Mate d.o.o.	5	50
Davenport, T. H. (2021). <i>Prednost umjetne inteligencije</i> . Zagreb: Mate d.o.o.	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Luksuzni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj ovog predmeta je utvrditi i iskazati važnost razvoja luksuznog turizma kroz razvoj luksuznih turističkih proizvoda u svrhu stvaranja turizma koji diferencira turističke destinacije. Na temelju konceptualno-teorijskog okvira, prateći trendove na turističkom tržištu, postavljaju se odrednice razvoja luksuznog turizma na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će:

1. Razviti temeljno razumijevanje luksuznog turizma.
2. Planirati luksuzna događanja u turističkoj destinaciji.
3. Kreirati luksuzni turistički proizvod.

1.4. Sadržaj predmeta

Luksuzni turizam – pojam i definicije; sudionici u luksuznom turizmu; luksuzni turistički proizvod; održivi luksuz i etika; luksuzni modni i životni trendovi u turizmu; strategija i tehnike stvaranja vrijednosti u luksuznom turizmu; liderstvo i upravljanje luksuznim markama; luksuzni event; kreiranje luksuznog turističkog proizvoda; destinacija luksuznog turizma (shopping destinacije, ekskluzivni privatni otoci, gastronomske destinacije-restorani sa Michelin zvjezdicama); luksuzna vjenčanja; korporativno gostoprimstvo na velikim događajima; razumijevanje operativnih, financijskih i kulturnih imperativa luksuznog gostoprimstva; luksuzni turizam kao odgovor na društvene promjene, tehnološke inovacije i na održivost; luksuzna krstarenja; luksuzni turistički prijevoz (vlakovi, zračni prijevoz, cestovna vozila).

1.5. Vrste izvođenja nastave

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja | <input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci |
| <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice | <input type="checkbox"/> multimedija i mreža |
| <input type="checkbox"/> vježbe | <input type="checkbox"/> laboratorij |
| <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji | <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad |
| <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava | <input type="checkbox"/> ostalo |

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Aktivno sudjelovanje u nastavi, izvršavanje samostalnih i grupnih radova, kolokviji i završni ispit.

1.8. Praćenje¹⁷ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	0,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Autorizirani nastavni materijali u pripremi
2. Gržinić, J. (2019). Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Anupama S. K., Edited by Saurabh, K. D. (2022). The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism, UK: Bingley, Emerald Publishing Limited
2. Conrady, R., Ruetz, D., Aeberhard, M. (2020). Luxury Tourism: Market Trends, Changing Paradigms, and Best Practices, Germany: Worms, Springer
3. Swarbrooke, J. (2018). The Meaning of Luxury in Hospitality, Events and Tourism, UK: Oxford, Goodfellow publisher

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2019). Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli	e-materijal	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Nadia Pavia	
Naziv predmeta	Organizacijsko ponašanje	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni kolegij	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa temeljnim pojmom organizacije i organizacijskog ponašanja. Studente će se osposobiti da primijene stečena teoretska saznanja o oblikovanju poslova u turizmu i hotelijerstvu, analiziraju ponašanje zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu, analiziraju organizacijske probleme u uvjetima promjenjive okoline. Student će moći kreirati i argumentirati potencijalne aktivnosti za efikasniji razvoj organizacijskih sustava u turizmu i ugostiteljstvu.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će studenti nakon odslušanog i položenog ispita:

1. Prosuđivati teoretske determinante organizacijskog ponašanja;
2. Prosuđivati okruženje turističko-ugostiteljskih poduzeća i predložiti promjene;
3. Razviti sposobnost komuniciranja i razumijevanja zaposlenih;
4. Utvrditi uzroke ponašanja ljudi i primijeniti vještine organizacijskog ponašanja

1.4. Sadržaj predmeta

Cilj i područje organizacijskog ponašanja; Individualno ponašanje; Percepcija i individualno odlučivanje, Razumijevanje motivacije, Grupno ponašanje u organizaciji; Komunikacija; Sukobi u organizaciji; Organizacijska kultura; Upravljanje ljudskim resursima; Organizacijske promjene.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Pohađati nastavu uz aktivno sudjelovanje, te izvršavanje nastavnih obveza.

1.8. Praćenje¹⁸ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,3	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Robbins, S. P., Judge, T. A. (2009). Organizacijsko ponašanje. Zagreb: Mate, d.o.o.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Robbins, P. S. (1996). Bitni elementi organizacijskog ponašanja, Zagreb: Mate, d.o.o.
2. Mullins, J. L. (2001). Hospitality Management and Organisational Behaviour. Harlow, London, New York: Pearson Longman

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Robbins, S.P. Judge, T.A. (2009.) Organizacijsko ponašanje, Zagreb: Mate, d.o.o.	20	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Edna Mrnjavac	
Naziv predmeta	Opskrbni lanci u turizmu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1.godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s pojmom opskrbnog lanca, specifičnostima opskrbnih lanaca u turizmu i ugostiteljstvu, te utjecajem opskrbnih lanaca na kvalitetu i konkurentnost turističke ponude. Studenti će biti u stanju razlikovati složene opskrbe lance u turizmu, definirati njihovu strukturu i mjere za veću učinkovitost. Također će moći odabrati i oblikovati model upravljanja opskrbnim lancem radi postizanja kvalitetnije turističke usluge.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti u stanju:

1. Klasificirati različite vrste opskrbnih lanaca u turizmu
2. Kritički prosuđivati utjecaj pojedinog opskrbnog lanca na kvalitetu turističke ponude
3. Vrednovati različite opcije opskrbnih lanaca prema unaprijed definiranim kriterijima za postizanje planiranog cilja.

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i koncepcija opskrbnog lanca. Opskrbni lanac turističke usluge. Tipizacija opskrbnih lanaca u turizmu. Upravljanje opskrbnim lancima/kapacitetom i isporukom usluge. Vrijednosni lanac. Organizacijska podloga opskrbnih lanaca. Održivi opskrbni lanci.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u njoj, te redovito izvršavanje nastavnih obaveza.

1.8. Praćenje¹⁹ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,2	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,5
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Bloomberg, D.J., LeMay S., Hanna J.B. (2006). Logistika, Mate d.o.o. (prijevod); odabrana poglavlja
2. Jacobs, F.R. & Chase, R.B. (2018). Upravljanje operacijama i lancem opskrbe, Zagreb, Mate d.o.o. (prijevod); odabrana poglavlja
3. Mrnjavac, E. (2010). Logistički menadžment u turizmu, Opatija, FMTU; odabrana poglavlja

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Fawcett, P. (2000). Managing Passenger Logistics, London, Kogan page
2. Porter, M.E. (2013). Konkurentska prednost-postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb, Masmedia (prijevod)

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Bloomberg, D.J., LeMay S., Hanna J.B. (2006). Logistika, Mate d.o.o. (prijevod)	5	50
Jacobs, F.R. & Chase, R.B. (2018). Upravljanje operacijama i lancem opskrbe, Zagreb, Mate d.o.o. (prijevod)	5	50
Mrnjavac, E. (2010). Logistički menadžment u turizmu, Opatija, FMTU	15	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

¹⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Lorena Bašan	
Naziv predmeta	Marketing turističke destinacije i održivost	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Osnovni ciljevi predmeta su:

1. upoznati studente s važnošću održivosti i razumijevanjem primjene koncepta održivosti i održivog marketinga u kontekstu turističke destinacije
2. osposobiti studente za primjenu stečenog teoretskog marketinškog znanja u konkretan kontekst održivosti pojedine turističke destinacije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita iz ovog predmeta očekuje se da će studenti biti u stanju:

1. kritički prosuđivati koncepte održivog razvoja turizma i održivog marketinga u kontekstu turističke destinacije
2. klasificirati ključne kriterije segmentacije tržišta za održivost destinacije i čimbenike koji utječu na ponašanje zelenih potrošača
3. utvrditi značajke održivosti u brandiranju i održive konkurentske prednosti turističke destinacije
4. procijeniti primjenu održivih marketinških instrumenata i strategija u turističkoj destinaciji
5. preporučiti mjere unapređenja primjene održivosti, te smjernice za održivi marketing i post-krizni marketing u turističkoj destinaciji.

1.4. Sadržaj predmeta

Tržište turističkog proizvoda destinacije i održivost – promjene u turističkoj ponudi i potražnji; Pojam, obilježja i značaj turističke destinacije; Održivi razvoj turizma i društveno odgovorno poslovanje u turističkoj destinaciji; Pojam održivog marketinga i razlike u odnosu na konvencionalni marketing; Uloga marketinga u održivom razvoju turističke destinacije; Segmentiranje, izbor i pozicioniranje za održivost turističke destinacije; Osobitosti zelenih potrošača i održiva potrošnja; Održiva konkurentska prednost turističke destinacije; Aspekt održivosti u brandiranju destinacije; Posebnosti održivog turističkog proizvoda destinacije i inovacije za održivost; Cijena održivog turističkog proizvoda; Ekološki odgovorno



upravljanje opskrbnim lancem u kontekstu turističke destinacije; Održiva marketinška komunikacija;
Primjeri dobre prakse održivosti u turističkim destinacijama

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	--

1.6. Komentari	
----------------	--

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave, aktivnost na nastavi, izrada i prezentacija projektnog zadatka, kolokviji, završni ispit

1.8. Praćenje ²⁰ rada studenata
--

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)
--

1. Nefat, A.: Strategije održivog marketinga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2019.
2. Berc Radišić, B.: Marketing turističkoga proizvoda destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
3. Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Pike, S.: Destination marketing – essentials, Second edition, Routledge, 2015.
2. Nefat, S.: Zeleni marketing, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2015.
3. Belz, F.M., Peattie, K.: Sustainability Marketing: A Global Perspective, Second edition., Wiley, 2012.
4. Martin, D., Schouten, J.: Sustainable Marketing, Pearson Education, 2012.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu
--

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Nefat, A.: Strategije održivog marketinga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2019.	5	50
Berc Radišić, B.: Marketing turističkoga proizvoda destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.	17	50
Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o.,	21	50

²⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Zagreb, 2008.

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Romina Alkier	
Naziv predmeta	Ruralni turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj kolegija je argumentirano obrazložiti ulogu i važnost ruralnog turizma u razvoju i unaprjeđenju turističke ponude destinacije. Pritom se naglasak stavlja na kritičko prosuđivanje koncepta ruralnog turizma, procjenu karakteristika, učinaka i stanja ruralne turističke ponude u destinaciji, praćenje promjena u stavovima turističke potražnje i organizacije turističke ponude u ruralnim destinacijama i na seoskim turističkim gospodarstvima. Posebna se pozornost također posvećuje utvrđivanju povijesnog i pravnog okvira ruralnog turizma, praćenju domaćih i inozemnih razvojnih trendova ruralnog turizma, te prikladnom kombiniranju stečenih teorijskih znanja prilikom planiranja razvojnih i marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će nakon položenog ispita studenti moći:

1. kritički prosuđivati koncept ruralnog turizma;
2. argumentirano obrazložiti važnost i ulogu ruralnog turizma u suvremenoj turističkoj ponudi;
3. procijeniti karakteristike, učinke i stanje ruralne turističke ponude u destinaciji;
4. utvrditi povijesni i pravni okvir ruralnog turizma;
5. kombinirati stečena teorijska znanja u planiranju razvojnih i marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije.

1.4. Sadržaj predmeta

Nastanak i razvoj ruralnog turizma; Prirodna osnova i ruralni turizam; Povijesni i pravni okvir ruralnog turizma; Činitelji razvoja ruralnih oblika turizma; Učinci ruralnog turizma; Ruralni turizam i okoliš – turizam održivog razvoja; Turističke potrebe i profil turista u ruralnom turizmu; Ambijentalni resursi i ljudski potencijali u ruralnom turizmu; Turističke atrakcije i ruralni turizam; Gastronomska ponuda u ruralnom turizmu; Model financiranja ruralnog turizma; Marketing u ruralnom turizmu; Aktualno stanje ruralnog turizma u RH; Pretpostavke razvoja seljačkog (agro) i ostalih ruralnih oblika turizma; Ruralni turizam u Europi



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u sklopu nastave, izrada i prezentacija seminarskog rada, pisanje eseja na zadanu temu, te učenje za kolokvije i završni pismeni ispit.							
1.8. Praćenje ²¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici 2. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Meridijani. 2. Grupa autora (2007.). Ruralni turizam (skripta). Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodoslovno-matematički fakultet u Novom Sadu							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici					5	50	
Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.					5	50	
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim							

²¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	
Naziv predmeta	Tehnike pregovaranja	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studiji "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija i vještina analize pregovaračkog susreta u svrhu formulacije pregovaračkih taktika i strategija. Upravljanjem emocijama, rješavanjem konflikata i razvojem komunikacijskih vještina, studenti će identificirati svoju pregovaračku osobnost u domaćim i međunarodnim pregovaračkim prilikama, poštujući kulturalne različitosti i etička načela. Usvajanjem općih znanja potrebnih za poslovno pregovaranje i persuazivnu komunikaciju te stjecanjem vještina za pripremu, organizaciju i izvođenje uspješnih pregovaračkih procesa, studenti će kritički promisliti o upotrebi kreativnosti, igara i mudrosti u poslovnim pregovorima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

1. Usporediti karakteristike pregovaračkih načela, strategija i taktika u pregovaračkom procesu.
2. Procijeniti važnost komunikacijskih vještina, kompetencija upravljanja emocijama i rješavanja konflikata u provođenju uspješnog pregovaračkog procesa.
3. Prosuditi vrijednost pregovaračke osobine, pregovaračke moći i pregovaračke poluge u kroskulturalnom pregovaranju.
4. Formulirati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.
5. Odabrati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u persuazivnu komunikaciju.
2. Karakteristike pregovaranja.
3. Pristupi i strategije pregovaranja.
4. Priprema za pregovarački proces.
5. Pregovaračke taktike prodavača.
6. Pregovaračke taktike kupca.
7. Osobnost pregovarača.



8. Komunikacijske vještine u pregovaranju. 9. Upravljanje emocijama u pregovaranju. 10. Rješavanje konflikta u pregovaranju. 11. Pregovaranje u međunarodnom tržištu. 12. Etika i kultura u pregovaranju. 13. Kreativnost, igra i mudrost u pregovaranju.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.8. Praćenje ²² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb. 2. Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> , Mate, Zagreb.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Rudd, J. E., & Hughes, D. T. (2019). <i>Negotiation Preparation in a Global World: Symptoms of Success and Failure</i> . Routledge. 2. Baber, W. W., & Fletcher-Chen, C. C. (2020). <i>Practical Business Negotiation</i> . Routledge.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb.						5	50
Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> ,						5	50

²² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Mate, Zagreb.		
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Lorena Dadić Fruk	
Naziv predmeta	Vještine vodstva	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je upoznati studente sa bitnim vještinama i karakteristikama uspješnog vođe kao što su komuniciranje, rješavanje problema, rješavanje sukoba, upravljanje pojedincima, donošenje odluka i postizanje ciljeva. Navedeno omogućuje studentima ne samo da identificiraju karakteristike uspješnih vođa, već im također pomaže u evaluaciji vlastitog stila vođenja i potiče ih da identificiraju prilike za daljnji razvoj svojih sposobnosti vođenja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Usporediti prednosti i nedostatke različitih pristupa vodstvu
2. Procijeniti postojeću kadrovsku strukturu u svrhu stvaranja efikasnih radnih timova
3. Integrirati suvremene komunikacijske alate za postizanje ravnoteže između motiviranosti i odgovornosti zaposlenika u hotelu
4. Kreirati vlastiti portfelj profila vodstva

1.4. Sadržaj predmeta

Menadžment i vođenje; Definicija, pristupi i teorije vođenja; Stilovi vodstva; Motiviranje, utjecanje i inspiriranje; Interpersonalni procesi, grupe i konflikti; Vodstvo i komuniciranje; Razvoj vještina vođenja, Etika i društvena odgovornost vodstva.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Student treba redovito pohađati nastavu i aktivno sudjelovati u debatama, treba izraditi projektni zadatak te pristupiti pisanju eseja, kolokvija i završnog ispita.

1.8. Praćenje²³ rada studenata

Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej	0,5	Istraživanje	
Projekt	1,0	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Buble, M. (2011), Poslovno vođenje. Zagreb: M.E.P. d.o.o.
2. Northouse, P. G. (2010), Vodstvo; teorija i praksa. Zagreb: Mate

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Caroselli, M. (2014), Vještine vodstva za menadžere, Zagreb: Mate.
2. Tudor, G. i autorski tim (2010), Vođenje i motiviranje ljudi, Zagreb: M.E.P. d.o.o.
3. Srića, V. (2015), Sve tajne harmoničnog vođenja, Zagreb: Algoritam.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Buble, M. (2011), Poslovno vođenje. Zagreb: M.E.P. d.o.o.	5	50
Northouse, P. G. (2010), Vodstvo; teorija i praksa. Zagreb: Mate	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

²³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Siniša Bogdan	
Naziv predmeta	Izvori financiranja u hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30(15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente s dugoročnim, srednjoročnim i kratkoročnim izvorima financiranja koji se relevantni za osnivanje, tekuće poslovanje i razvoj poslovnih subjekata u hotelijerstvu. U okviru ovoga predmeta studenti će steći specifična znanja vezana uz: strukturu kapitala, analizu i procjenu vrijednosti različitih instrumenata financiranja u hotelijerstvu, razumijevanje problematike financiranja kroz teorijski i praktični aspekt temeljem čega će razviti relevantne kompetencije za donošenje financijskih odluka.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi izvore financiranja prema roku raspoloživosti
2. Argumentirati temeljene karakteristike različitih oblika financiranja
3. Vrednovati vlasničke i dužničke vrijednosne papire
4. Argumentirati strukturu kapitala i politiku dividendi

1.4. Sadržaj predmeta

Osnove financiranja, pojam i vrste financiranja, načela financiranja, pravila financiranja, vremenska vrijednost novca, kratkoročno neosigurano financiranje, kratkoročno osigurano financiranje, financiranje franšizingom, financiranje leasingom, dugoročno financiranje, metode emisija, redovite dionice, povlaštene dionice, waranti, konvertibilne vrijednosnice, obveznice, vrednovanje obveznica, politika strukture kapitala, financiranje malih i srednjih poslovnih subjekata, teorije i koncepti politike dividendi, poticani izvori financiranja i alternativni izvori financiranja.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Pohađanje nastave (redoviti studenti min. prisustvo 75%), aktivno sudjelovanje u nastavi, pisanje kolokvija i pismenog ispita.

1.8. Praćenje²⁴ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,9	Referat		Praktični rad	0,3
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Vidučić, Ljiljana, Pepur Sandra, i Marija Šimić Šarić. 2018. *Financijski menadžment*. 10 izd. Zagreb : RRIIF plus
2. Marković, Ivan. 2000. *Financiranje: teorija i praksa financiranja trgovačkih društava*. Zagreb: RRIIF plus

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Orsag, Silvije. 2015. *Poslovne financije*. Zagreb: Avantis i HUFA.
2. Ivanović, Zoran. 1997. *Financijski menadžment*. 2 izd. Opatija : Hotelijerski fakultet.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Vidučić, Ljiljana, Pepur Sandra, i Marija Šimić Šarić. 2018. <i>Financijski menadžment</i> . 10 izd. Zagreb : RRIIF plus	5	50
Marković, Ivan. 2000. <i>Financiranje: teorija i praksa financiranja trgovačkih društava</i> . Zagreb: RRIIF plus	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

²⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Vanja Vitezić	
Naziv predmeta	Poslovne inovacije i trendovi u hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je objasniti studentima ključne koncepte poslovnih inovacija te produbiti svijest o važnosti inovacija kao i trendova s kojima se susreću poduzeća u hotelijerstvu. Predmet studentima nudi priliku naučiti kako riješiti probleme, identificirati prilike i generirati ideje koje potencijalno donose konkurentsku prednost. Studentima će se pojasniti kako procijeniti ograničenja i prednosti inovacijskih procesa i različitih inovacijskih strategija, kao i identificirati čimbenike koji utječu na ishode i sam uspjeh poslovnih inovacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će biti sposobni:

1. Povezati glavne karakteristike poslovnih inovacija s važnošću istih za hotelijerstvo
2. Kritički prosuditi okruženje i trendove u razvoju hotelijerstva
3. Dizajnirati nove inovacijske projekte unutar postojećeg poduzeća ili novog poduzetničkog pothvata u hotelijerstvu
4. Preispitati poslovne modele i predložiti implementaciju inovativnog poslovnog modela i strategije poslovanja

1.4. Sadržaj predmeta

Značaj inovacija u hotelijerstvu. Vrste inovacija. Inovacija kao temeljni poslovni proces. Komponente inovativne organizacije. Razvoj inovacijske strategije. Izvori inovacija. Inovacijski menadžment. Razvoj novih proizvoda/usluga. Inovacije poslovnog modela. Otvorene inovacije i suradnja. Mjerenje inovacija. Poduzetništvo i poslovno planiranje. Trendovi u hotelijerstvu. Digitalna transformacija u hotelijerstvu. Poslovna vrijednost inovacije.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu	<input type="checkbox"/> mentorski rad



		<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. <i>Komentari</i>					
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Studenti su obvezni prisustvovati nastavi, terenskoj nastavi i provjerama znanja te izraditi pismeni projektni zadatak.					
1.8. <i>Praćenje²⁵ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	Eksperimentalni rad
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	Istraživanje
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat	Praktični rad
Portfolio					
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Nastavni material (u pripremi)					
2. Prester, J. (2010). Menadžment inovacija. Zagreb: Sinergija.					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Tidd, J., & Bessant, J. R. (2021). Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons.					
2. Dornberger, R. (Ed.). (2021). New Trends in Business Information Systems and Technology: Digital Innovation and Digital Business Transformation (Vol. 294). Springer Nature.					
3. Shams, S. R., Vrontis, D., Weber, Y., Rogdia, E. T., & Santoro, G. (Eds.). (2021). Business Model Innovation: New Frontiers and Perspectives. Routledge.					
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Prester, J. (2010). Menadžment inovacija. Zagreb: Sinergija.				5	50
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					

²⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Marina Laškarin Ažić	
Naziv predmeta	Hotelska prodaja	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta		
<ul style="list-style-type: none"> - Upoznati studente s trendovima u hotelskoj prodaji i ukazati im na važnost prodaje u cjelokupnom poslovanju hotela. - Pripremiti studente za poslove hotelske prodaje uz primjenu modernih CRM alata - Upoznati studente s mogućnostima upravljanja online reputacijom hotela i prikladnim strategijama oglašavanja u cilju povećanja efikasnosti prodaje. 		
1.2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
<p>Nakon uspješno položenog kolegija studenti će biti sposobni:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. vrednovati postojeće i predvidjeti buduće trendove hotelske prodaje; 2. vrednovati postojeće hotelske ugovore u svrhu pregovaranja o budućim poslovima; 3. izabrati primjerena informacijsko-komunikacijska rješenja s ciljem podizanja efikasnosti prodaje; 4. valorizirati izvrsnost hotelskoga proizvoda i predložiti strategiju oglašavanja na društvenim mrežama; 5. kritički prosuditi reputaciju hotela na društvenim mrežama u odnosu na konkurenciju. 		
1.4. Sadržaj predmeta		
<p>Uvodno predavanje. Uvod u hotelsku prodaju. Osnove prodajnog menadžmenta. Odnos prodaje i marketinga u hotelskom poslovanju. Online prodaja. Internacionalni kontekst prodaje. Direktne prodajne metode. Korisnici hotelskih usluga i faktori utjecaja na njihove odluke o kupnji. Prodajne i pregovaračke vještine. Upotreba tehnologije u hotelskoj prodaji. Yield menadžment. Društveni mediji i prodaja. Strategije oglašavanja.</p>		
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad



		<input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> ostalo	
1.6. <i>Komentari</i>					
1.7. <i>Obveze studenata</i>					
Prisustvo na nastavi, samostalni zadatci i pismeni ispit.					
1.8. <i>Praćenje²⁶ rada studenata</i>					
Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat	
Portfolio					
1.9. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>					
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.					
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Galičić, V., Ivanović, S., Lupić, M. (2005). <i>Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija. 2. Nastavni materijal u pripremi „Hotelska prodaja i online reputacija“.					
1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>					
1. Jobber, D., Lancaster, G., Le Meunier-FitzHugh, K. (2018). <i>Selling and Sales Management</i> . Pearson Education Limited (e-book & print) 2. Ingram, T.N., LaForge, R.W., Avila, R.A., Schwegler, C.H., Williams, M.R. (2020). <i>Sales management</i> (10th edition). Routledge, New York (e-book & print) 3. Doorley, J., Garcia H.F. (2020). <i>Reputation management (4th edition)</i> . Routledge, New York (e-book & print)					
1.12. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>					
Naslov				Broj primjeraka	Broj studenata
Galičić, V., Ivanović, S., Lupić, M. (2005). <i>Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje</i> . Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.				18	50
1.13. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>					
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.					

²⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Helga Maškarin Ribarić	
Naziv predmeta	Planiranje u hotelijerstvu	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj je kolegija upoznati studente s metodama i tehnikama prognožiranja i operativnog planiranja kao pretpostavkama uvećavanja vrijednosti i ostvarivanja ciljeva poduzeća.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti/ce će moći:

1. kritički prosuditi ulogu planiranja u upravljanju poduzećem i značaj za uspješnost poslovanjem,
2. utvrditi glavne elemente operativnih planova te klasificirati ključne informacije za planiranje i upravljanje poslovanjem hotelskoga poduzeća
3. oblikovati sadržaj ključnih planova hotelskog poduzeća,
4. procijeniti potencijalne probleme u poslovanju te predložiti rješenja samostalno, ali i u dijalogu s kolegama i menadžmentom,
5. upravljati komunikacijom o planiranju i planu usmenim, pisanim i vizualnim sredstvima u multikulturalnom i promjenjivom okruženju.

1.4. Sadržaj predmeta

Odnos menadžmenta i planiranja. Organizacija i metodologija planiranja. Strateško planiranje u hotelijerstvu. Operativni planovi: marketing, proizvodnja, nabava, ljudski potencijali, rezultat. Operativno planiranje i budžetiranje u hotelijerstvu.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		

**1.7. Obveze studenata**

Redovito pohađanje nastave; aktivno sudjelovanje u seminarima i radionicama.

1.8. Praćenje²⁷ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,1	Istraživanje	
Projekt	0,6	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Osmanagić Bedenik, N., Operativno planiranje, Školska knjiga, Zagreb, 2002.
2. Gulin, D., Tušek, B., Žager, L., Poslovno planiranje, kontrola i analiza, HZRFD, Zagreb, 2004.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Shim, J.K., Sieger, J.G., Budgeting Basics & Beyond, 2nd Edition, John Wiley & Sons, NJ, 2005.
2. Schaetzing, E.E., Management in Hotellerie und Gastronomie, Deutscher Fachverlag, Frankfurt a.M., 2004.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Osmanagić Bedenik, N., Operativno planiranje, Školska knjiga, Zagreb, 2002.	12	50
Gulin, D., Tušek, B., Žager, L., Poslovno planiranje, kontrola i analiza, HZRFD, Zagreb, 2004.	7	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

²⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Christian Stipanović	
Naziv predmeta	Poslovna inteligencija	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi su postavljeni na dvije razine: upoznati studenta s teorijskim determinantama poslovne inteligencije i implementirati stečena znanja i vještina u primjeni poslovne inteligencije i interakciji s novim strateškim usmjerenjima u poduzeću u funkciji efikasnijeg poslovnog odlučivanja i inoviranja koncepcije razvoja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Student će nakon položenog ispita biti sposoban:

1. prosuđivati teorijske determinante poslovne inteligencije i njene interakcije s novim strateškim usmjerenjima suvremenog hotelsko-turističkog poduzeća
2. predložiti načine analize konkurenata i metode zaštite ključnih vlastitih informacija
3. usporediti načine transformacije podataka u informacije i znanja o konkurentima u sadašnjosti i budućnosti
4. formulirati načine primjene poslovne inteligencije u koncepciji razvoja i poslovnom odlučivanju
5. predvidjeti izazove i trendove razvoja poslovne inteligencije u budućnosti

1.4. Sadržaj predmeta

Teorijske determinante i sastavnice modela poslovne inteligencije. Struktura i funkcije modela poslovne inteligencije. Poslovna inteligencija u koncepciji razvoja suvremenog poduzeća. Upravljanje podacima, informacijama i znanjem u funkciji poticanja promjena. Sigurnosna politika i korporacijska sigurnost. Skladištenje podataka, ETL, OLAP. Rudarenje podacima. Informacijski i ekspertni sustavi. Značaj kadrova u poslovnoj inteligenciji. Posebnosti poslovne inteligencije u turizmu i ugostiteljstvu. Poslovna inteligencija u funkciji razvoja hotelsko-turističkog poslovanja. Sinergija poslovne inteligencije i novih strateških usmjerenja. Implementacija poslovne inteligencije u hrvatskom turizmu i gospodarstvu. Praktični primjeri poslovne inteligencije. Perspektiva razvoja poslovne inteligencije.



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit.							
1.8. Praćenje ²⁸ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Prezentacija seminarskog rada	0,2				
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Bilandžić, M., Lucić, D. (2018): Business intelligence u hrvatskom gospodarstvu. rezultati istraživanja 2017., Poslovna izvrsnost, Vol. 12, No.1, pp. 9-31 2. Fuchs, M., Höpken, W., Lexhagen, M. (2017): Business Intelligence for destinations: Creating knowledge from social media. In: Sigala, M., Gretzel, U. (eds.) Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality – New Perspectives, Practice and Cases, Routledge, London, pp. 290-310. 3. Höpken, W., Fuchs, M. (2021): Business Intelligence in Tourism. In: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds) Handbook of e-Tourism. Cham: Springer 4. Kopal, R., Korkut, D. (2014): Tehnike kompetitivne analize. Zagreb: Effectus. 5. Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., Höpken, W. (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: a systematic literature review. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 30 (12), pp. 3514-3554, 6. Nyanga, C., Pansiri, J., Chatibura, D. (2020): Enhancing competitiveness in the tourism industry through the use of business intelligence: a literature review. Journal of Tourism Futures, Vol. 6, No. 20, pp. 139-151 7. Panian, Ž. (2007): Poslovna inteligencija – Studije slučajeva iz hrvatske prakse. Zagreb: Narodne novine d.d. 8. Rindele-Ma, S., Grossmann, W. (2016), Fundamentals of Business Intelligence, Heidelberg:							

²⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Springer.

9. Sigala, M., Rahimi, R., Thelwall, M. (2019): Big Data and Innovation in Tourism, Travel and Hospitality - Managerial Approaches, Techniques and Application. Singapore: Springer
10. Sharda, R. (2014): Business Intelligence and Analytics: Systems for Decision Support. Harlow: Pearson Education Limited.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.	10	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Sabina Hodžić	
Naziv predmeta	Komparativni fiskalni sustavi	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je pružiti studentima uvid u teorijsko i praktično funkcioniranje fiskalnih sustava i fiskalnih politika drugih država u svijetu, osim Republike Hrvatske. Osim toga, studenti će usporediti djelovanje fiskalnih sustava različitih zemalja svijeta te valorizirati utjecaj fiskalnog sustava na gospodarstvo pojedinih zemalja svijeta.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita, studenti će:

1. pravilno prezentirati načine funkcioniranja fiskalnih sustava i politike pojedinih zemalja svijeta
2. usporediti fiskalne oblike i specifične porezne zakonitosti pojedinih zemalja svijeta
3. valorizirati utjecaj fiskalnog sustava na gospodarstvo pojedinih zemalja svijeta

1.4. Sadržaj predmeta

Karakteristike fiskalnih sustava svijeta. Ciljevi fiskalnih sustava i temeljni fiskalni oblici. Ciljevi i načela fiskalnog zahvaćanja. Harmonizacija fiskalnih sustava. Fiskalan sustav Republike Hrvatske. Uloga asocijacija u harmonizaciji fiskalnih sustava.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari**1.7. Obveze studenata**

Uz obvezno pohađanje nastave (75%) za redovite studente, za pristupiti ispitnom rokovima, studenti moraju kroz svoje samostalne zadatke te kontinuiranu provjeru znanja prikupiti 35%.

**1.8. Praćenje²⁹ rada studenata**

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,7	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Roller, D. (2009). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – osnovni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)
2. Roller, D. (2013). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – posebni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Blažić, H. (2006). Usporedni porezni sustavi – oporezivanje dohotka i dobiti. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakulteta (odabrana poglavlja)
2. Bajo, A., Primorac, M., & Andabaka Badurina, A. (2010). Osnovne upravljanja javnim dugom. Zagreb: Institut za javne financije (odabrana poglavlja)
3. International Bureau of Fiscal Documentation. (2019). online database (www.ibfd.org) – Amsterdam.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Roller, D. (2009). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – osnovni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)	35	50
Roller, D. (2013). Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća – posebni dio. Zagreb: RRIF (odabrana poglavlja)	35	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

²⁹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Elvis Mujačević	
Naziv predmeta	Međunarodno kretanje kapitala	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj kolegija je da se studenti upoznaju sa osnovnim teoretskim cjelinama koje se izučavaju u sklopu međunarodnog kretanja kapitala kao što su: pojam međunarodnog kretanja kapitala, oblici međunarodnog kretanja kapitala (javni kapital, privatni kapital), vrste međunarodnog kretanja kapitala (kratkoročni kapital, srednjoročni kapital dugoročni kapital), strane direktne investicije, portfolio investicije, međunarodni krediti (zajmovni kapital), financijska globalizacija, kretanje kapitala u offshore financijskim centrima, motivi i trendovi u međunarodnom kretanju kapitala, međunarodno projektno financiranje, itd.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuditi ključne koncepte, teorije i temeljne pojmove međunarodnog kretanja kapitala i međunarodnog monetarnog i financijskog sustava
2. Utvrditi važnost javnog i privatnog kapitala, kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog kapitala, te kretanje kapitala u offshore financijskim centrima
3. Vrednovati područja znanja iz međunarodnog kretanja kapitala
4. Kritički preispitati značaj i ulogu međunarodnih financijskih institucija u međunarodnom kretanju kapitala
5. Osmisliti i samostalno oblikovati istraživanje i odabrati prikladne metode istraživanja

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u međunarodni monetarni i financijski sustav i međunarodno kretanje kapitala.

Financijska globalizacija.

Međunarodno kretanje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog kapitala.

Strane direktne investicije.

Međunarodne portfolio investicije.



Međunarodno kretanje zajmavnog kapitala.
 Međunarodni investicijski projekti i međunarodno projektno financiranje.
 Country risk i međunarodno kretanje kapitala.
 Međunarodne financijske institucije i međunarodno kretanje kapitala.
 Regionalne financijske institucije i međunarodno kretanje kapitala.
 Offshore i ostali međunarodni financijski centri.
 Međunarodne financijske prijevare.
 Pranje novca i financiranje terorizma.
 Suvremeni oblici međunarodnog kretanja kapitala.
 Financijske krize i problemi međunarodne zaduženosti.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave i ostale obveze predviđene studijskim programom.

1.8. Praćenje³⁰ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1,0	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Vizjak, A. & Mujačević, E. (2011). Međunarodni monetarni fond i Hrvatska – postanak ustroj i razvoj. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Madura, J. (2011). International Financial Management. New York: South-Western College Pub.
2. Scott, H. (2010). International Finance, Transactions, Policy, and Regulation (17th ed.). New York: Foundation Press.
3. Eun, C. & Resnick, B. (2011). International Financial Management. New York: McGraw-Hill/Irwin.
4. Stakić, B. (2012). Međunarodne financijske institucije. Beograd: Univerzitet Singidunum.
5. Stakić, B. & Barać, S. (2010). Međunarodne finansije. Beograd: Univerzitet Singidunum

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

³⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Vizjak, A. & Mujačević, E. (2011). <i>Međunarodni monetarni fond i Hrvatska – postanak ustroj i razvoj. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</i>	11	50
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Daniela Gračan	
Naziv predmeta	Nautički turizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je ukazati na značaj nautičkog turizma s obzirom da je Republika Hrvatska nautički turizam pozicionirala kao djelatnost od strateškog interesa. Također i iskazati i identificirati pojedine oblike nautičkog turizma kao i ulogu luka nautičkog turizma, a posebice marina u gospodarskom razvoju Hrvatske i Mediterana. Analizira se način razvijanja male privrede pod utjecajem razvoja marina te model strateškog razvoja na hrvatskoj obali.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita studenti će biti sposobni:

1. Procijeniti turističko tržište i tržišnu poziciju nautičkog turizma.
2. Primijeniti specifična znanja procesnih funkcija upravljanja marinama, lukama nautičkog turizma u kruzing industriji te u poslovanju čarter tvrtki.
3. Procijeniti rezultate znanstvenih i stručnih istraživanja iz područja nautičkog turizma s ciljem obogaćivanja turističke ponude destinacije.

1.4. Sadržaj predmeta

Kolegij definira područje nautičkog turizma. Raspravlja se o globalnom kretanju na svjetskom turističkom tržištu i u Republici Hrvatskoj. Nadalje se definira pojam, značaj i sadržaj nautičkog turizma kroz slijedeće teme:

Pojmovno određenje i karakteristike nautičkog turizma: Pojam i definicija nautičkog turizma. Oblici nautičko turističkog prometa. Plovne jedinice u nautičko turističkom prometu.

Razvoj nautičkog turizma: Razvoj nautičkog turizma u svijetu. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Faktori razvoja nautičkog turizma: Prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma: Glavni prirodni resursi razvoja nautičkog turizma (reljef, hidrografski resursi i klimatski elementi); Prirodni kapaciteti hrvatske obale, otoka i mora (obalni prostor u funkciji turističkog razvoja, potencijali hrvatske obale valorizirani prostornim planovima); Ekonomske karakteristike prirodnih turističkih resursa; Tržišni uvjeti razvoja nautičkog turizma: trendovi razvoja nautičkog turizma u Svijetu, čarter usluge, kružna putovanja;



<i>Karakteristike razvoja nautičko turističkog prometa na hrvatskoj obali: Razvojni procesi; Kapaciteti ponuda u lukama nautičkog turizma; Potencijali nautičko turističke ponude na jadranskoj obali Hrvatske.</i>							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava			<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Aktivno sudjelovanje u nastavi, izrada i obrana seminarskog rada, kolokviji i završni ispit.							
1.8. Praćenje ³¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,5	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,5	Kontinuirana provjera znanja	0,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Gračan, D., Alkier, Radnić, R., Uran, M. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji. 2. Luković, T. i koautori (2015). Nautički turizam Hrvatske. Split: Redak.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Martínez Vázquez, R. M. (2020). Nautical Tourism: A Bibliometric Analysis, Journal of Spatial and Organizational Dynamics, Vol 8, Iss 4, Pp 320-330 2. Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T. (2016). Nautical Tourism in Croatia: Current Situation and Outlook. Tourism & Hospitality Industry, Congress proceedings, p. 66-79. 3. Peručić, D. (2013). Cruising-turizam - razvoj, strategije i ključni nositelji. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku. 4. Luković, T. (2013). Nautical Tourism. UK: CABI							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov					Broj primjeraka	Broj studenata	
Gračan, D., Alkier, Radnić, R., Uran, M. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji.					17	50	
Luković, T. i koautori (2015). Nautički turizam Hrvatske. Split: Redak.					6	50	

³¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Daniel Dragičević	
Naziv predmeta	Vrednovanje poduzeća	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj je predmeta studente upoznati s specifičnostima različitih metoda vrednovanja poduzeća s posebnim naglaskom na turizam te da steknu potrebne kompetencije jednostavnijega vrednovanja primjenom odabranih metoda.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati temeljne pojmove vrednovanja poduzeća s motivima i činiteljima za vrednovanje vlasnika i potencijalnih kupaca.
2. Kritički prosuditi prednosti i nedostatke odabranih metoda vrednovanja poduzeća
3. Vrednovati odabrano poduzeće primjenom jednostavnijih metoda procjene

1.4. Sadržaj predmeta

Polazno razumijevanje vrednovanja poduzeća. Motivi i činitelji vrednovanja poduzeća (hotelskih). Metode vrednovanja (najčešće korištene metode u turizmu). Osnovna obilježja i primjeri izabranih metoda u turizmu. Organizacija i evidentiranje procesa vrednovanja poduzeća.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Pohađanje nastave, izrada projektnoga zadatka i eseja, pisanje kolokvija i završnoga ispita.

**1.8. Praćenje³² rada studenata**

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit		Usmeni ispit	0,5	Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Perić, J. (2005). Osnove vrednovanja poduzeća. Rijeka: Fintrade & tours.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Kolačević, S. & Hreljac, B. (2012). Vrednovanje poduzeća (2. izd.). Zagreb: TEB.
2. Sprčić Miloš, D. & Orešković Sulje, O. (2012). Procjena vrijednosti poduzeća: Vodič za primjenu u poslovnoj praksi. Zagreb: Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
3. Fazzini, M. (2018). Business Valuation: Theory and Practice. Cham: Palgrave Macmillan.
4. Damodaran, A. (2018). The Dark Side of Valuation: Valuing Young, Distressed, and Complex Businesses (3rd Ed). Pearson Education
5. Corelli, A. (2017). Inside Company Valuation. Berlin: Springer.
6. Damodaran, A. (2017). Narrative and Numbers: The Value of Stories in Business. New York: Columbia University Press.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Perić, J. (2005). Osnove vrednovanja poduzeća. Rijeka: Fintrade & tours.	50	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Greta Krešić	
Naziv predmeta	Nutricionizam	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Osposobiti studente da prepoznaju prehrambenu vrijednost pojedinih komponenti hrane te njihovu ulogu u okviru planiranja pravilne uravnotežene prehrane. Kritički prosuditi specifičnosti prehrambenih potreba pojedinih populacija te primijeniti stečena znanja u oblikovanju ugostiteljske ponude u skladu sa prehrambenim specifičnostima pojedinih populacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Procijeniti specifičan prehrambeni značaj pojedinih komponenti hrane.
2. Preporučiti odabir hrane u skladu s načelima pravilne prehrane
3. Kritički prosuditi prehrambene potrebe pojedinih populacija (tjelesno aktivni pojedinci, djeca, žene kroz različita fiziološka stanja, osobe starije životne dobi).
4. Planirati ugostiteljsku ponudu uzimajući u obzir specifičnosti prehrambenih potreba pojedinih populacija

1.4. Sadržaj predmeta

Prehrambena vrijednost hrane. Označavanje hrane. Promjene koje utječu na prehrambenu vrijednost hrane. Energetske i prehrambene potrebe. Uravnotežena prehrana. Prehrana i tjelesna aktivnost. Prehrana djece i adolescenata. Prehrana žena tijekom posebnih fizioloških stanja. Prehrana osoba starije životne dobi. Prilagodba ugostiteljske ponude prehrambenim zahtjevima specifičnih populacija.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		



1.7. Obveze studenata							
Redovito pohađanje nastave, projektni zadatak i završni ispit.							
1.8. Praćenje ³³ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Alibabić, V. & Mujić, I. (2016). Pravilna prehrana i zdravlje. Rijeka: Veleučilište u Rijeci 2. Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske (2013) Nacionalne smjernice za prehranu učenika u osnovnim školama. Zagreb. 3. Šatalić, Z., Sorić, M. & Mišigoj-Duraković, M. (2016). Sportska prehrana. Zagreb: Znanje. 4. Šatalić, Z. (2013). 100 (i pokoja više) crtica iz znanosti o prehrani. Zagreb: HDPBN.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Raymond J.L. & Morrow K. (2020) Krause and Mahan's Food & The Nutrition Care Process. Amsterdam. Elsevier. 2. Sienkiewicz Sizer, F. & Whitney, E. (2016). Nutrition concepts and controversies. Boston: Cengage Learning. 3. U.S. Department of Agriculture (2020) Dietary Guidelines for Americans 2020-2025. 9th Edition. Dostupno na: https://www.dietaryguidelines.gov/ 4. U.S. Department of Agriculture: MyPlate. Dostupno na: https://www.myplate.gov/ 5. Vranešić, D. & Alebić, I. (2006). Hrana pod povećalom. Zagreb: Profil.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	
Alibabić, V. & Mujić, I. (2016). Pravilna prehrana i zdravlje. Rijeka: Veleučilište u Rijeci.				dostupno online		50	
Šatalić, Z., Sorić, M. & Mišigoj-Duraković, M. (2016). Sportska prehrana. Zagreb: Znanje.				5		50	
Šatalić, Z. (2013). 100 (i pokoja više) crtica iz znanosti o prehrani. Zagreb: HDPBN.				dostupno online		50	
Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske (2013) Nacionalne smjernice za prehranu učenika u osnovnim školama. Zagreb				dostupno online		50	

³³ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Maja Nikšić Radić	
Naziv predmeta	Turizam, terorizam i migracije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je upoznati studente s internacionalizacijom dvaju glavnih izazova 21. stoljeća, terorizma i migracija, te njihovom vezom s turizmom. Studentima će se pružiti znanja potrebna za procjenjivanje povezanosti globalnog turizma, međunarodnih migracija i međunarodnog terorizma.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će nakon ispunjavanja svih obveza predviđenih predmetnim nastavnim planom i programom studenti moći:

1. predvidjeti najznačajnije izazove globalne ekonomije u 21. stoljeću i njihov utjecaj na turizam
2. argumentirati povezanost migracija i turizma te ulogu migracija kao poveznice između turizma i terorizma
3. pismeno i usmeno prezentirati rezultate vlastitog znanstvenog i stručnog istraživanja na temu povezanosti turizma pojedinih destinacija, terorizma, migracija i ostalih sigurnosnih izazova.

1.4. Sadržaj predmeta

Globalizacija svjetske ekonomije
Doba globalnog turizma
Turizam kao alat za razvoj
Teorija turističke sigurnosti
Definiranje, uzroci i korijeni međunarodnog terorizma
Internationalizacija terorizma
Sigurnosna arhitektura i preventivne mjere kao instrument kreiranja europske politike
Povezanost međunarodnog turizma i terorizma u 21. stoljeću
Ključni koncepti, paradigme i vrste međunarodne mobilnosti
Međunarodne migracije: dominantne teorije
Socio-ekonomski utjecaj međunarodnih migracija
Povezanost međunarodnog turizma i migracija u 21. stoljeću



Migracije kao poveznica turizma i terorizma							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, izrada projektnoga zadatka, kolokviji i završni ispit.							
1.8. Praćenje ³⁴ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0.5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0.9	Kontinuirana provjera znanja	0.6	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Nastavni materijal u pripremi 2. Gržinić, J. (2018.). Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. OECD (2020), OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/6b47b985-en . 2. Bodvarsson, Ö. B., Van den Berg, H. (2013). The Economics of Immigration: Theory and Policy; Springer. 3. Korstanje, M. E. (2017). Terrorism, Tourism and the End of Hospitality in the 'West'. Palgrave-Macmillan 4. Deliso, C. (2017). Migration, Terrorism, and the Future of a Divided Europe: A Continent Transformed. Praeger Security International 5. Arslan, C., J.-C. Dumont, Z. Kone, Y. Moullan, C. Ozden, C. Parsons and T. Xenogiani (2014). A New Profile of Migrants in the Aftermath of the Recent Economic Crisis. OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 160, OECD Publishing, http://dx.doi.org/10.1787/5jxt2t3nnjr5-en Castles, S., H. d. Haas and M. J. Miller (2014). The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. 5th edition., Palgrave MacMillan. Chapters: 1, 2, 3, 14. 6. Hoffman, B. (2006). The Internationalization of Terrorism in Inside Terrorism, New York: Columbia University Press.							

³⁴ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Martin, G. (2017). Understanding terrorism: Challenges, perspectives and issues. SAGE

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Gržinić, J. (2018.). Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula	e-materijal	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Zrinka Zadel	
Naziv predmeta	Menadžment plaža	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je izučavanje upravljanje plažama, normativnih rješenja u Hrvatskoj i šire te izučavanje alata, koncesija i koncesijskih odobrenja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student biti sposoban:

1. generalizirati i klasificirati temeljne pojmove iz područja plaža i menadžmenta plaža
2. kritički prosuđivati metode analize i vrednovanja plaža
3. ocijeniti te kritički prosuđivati upravljanje plažama

1.4. Sadržaj predmeta

Pojmovno određenje plaža i menadžmenta plaza. Tipologija plaza. Menadžment plaza. Plaža kao resurs. Pravni aspekti plaže. Pokretači, pritisci i utjecaji na plaže. Kontrola pritiska –primjeri iz prakse. Metode analize i vrednovanje plaže. Ključni elementi menadžmenta plaže. Strateško upravljanje plažama. Menadžment plaža u hrvatskoj-institucionalni okvir. Međunarodni programi evaluacije plaza. Primjeri dobre prakse u Hrvatskoj.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Prisustvo na nastavi. Izrada i obrana seminarskog rada. Esej, polaganje kolokvija i završnog ispita.

**1.8. Praćenje³⁵ rada studenata**

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Marković, M., Micallef, A., Povh, D., Williams, A.T. (2010). Održivo upravljanje plažama u Hrvatskoj.
2. Brščić, K., Dropulić Ružić, M., Poljuha, D., i sur. (2016). Plaže – proizvod turističkog odredišta, Stavovi i zadovoljstvo korisnika plaža u Istarskoj županiji. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam i Upravni odjel za turizam, Istarska županija.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Williams, A., Micallef, A. (2012). Beach Management: Principles and Practice.
2. Ariza, E. (2007). A System of Integral Quality Indicators as a Tool for Beach Management.
3. Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama: N.N. 158/03, 100/04, 141/06, 38/09.
4. Zakon o koncesijama: N.N. 143/12.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Marković, M., Micallef, A., Povh, D., Williams, A.T. (2010). Održivo upravljanje plažama u Hrvatskoj.	5	50
Brščić, K., Dropulić Ružić, M., Poljuha, D., i sur. (2016). Plaže – proizvod turističkog odredišta, Stavovi i zadovoljstvo korisnika plaža u Istarskoj županiji. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam i Upravni odjel za turizam, Istarska županija.	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³⁵ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	
Naziv predmeta	Modeli sustava kvalitete	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Upoznati studente s modelima sustava kvalitete i osposobiti ih za njihovu primjenu u poslovnoj praksi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Usporediti modele sustava kvalitete
2. Usporediti načela upravljanja kvalitetom i načela poslovne izvrsnosti
3. Predložiti aktivnosti potrebne za implementaciju načela upravljanja kvalitetom i poslovne izvrsnosti u turističke i hotelske tvrtke
4. Kritički prosuđivati utjecaj primjene načela upravljanja kvalitetom i poslovne izvrsnosti na poslovanje
5. Preporučiti faze za provedbu samoprocjene u turističke i hotelske tvrtke

1.4. Sadržaj predmeta

Pojam i načela sustava upravljanja kvalitetom. Pojam i načela poslovne izvrsnosti. Kvaliteta i konkurentnost. Modeli poslovne izvrsnosti. EFQM model poslovne izvrsnosti. Malcolm Baldrige nagrada za kvalitetu. Demingova nagrada za kvalitetu. Standard ISO 9001 i modeli poslovne izvrsnosti. Samoprocjena - temelj poslovne izvrsnosti. Provedba samoprocjene.

1.5. Vrste izvođenja nastave	X predavanja	X samostalni zadaci
	X seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	X mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo
1.6. Komentari		

**1.7. Obveze studenata**

Redovito pohađanje nastave, projekt, završni ispit.

1.8. Praćenje³⁶ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,7	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Oslić, I. (2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnost – pristupi i modeli. Zagreb: M.E.P. Consult.
2. Nastavni tekst u pripremi (Vrtodušić Hrgović).

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Oakland, J.S. (2014). Total Quality Management and Operational Excellence- text with cases (4th ed.). London, New York: Routledge, Taylor and Francis Group.
2. Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2014). Quality Management for Organizational Excellence – Introduction to Total Quality (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited
3. The EFQM model (2021). Revised 2nd edition, Bruxelles : European Foundation for Quality Management.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Oslić, I. (2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnost – pristupi i modeli. Zagreb: M.E.P. Consult.	6	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³⁶ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Ljubica Pilepić Stifanich	
Naziv predmeta	Inovativne tehnologije	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa inovativnim tehnologijama u turizmu i hotelijerstvu, mogućnostima koje one pružaju i područjima primjene. Cilj je razviti kod studenata specifične vještine i znanja koja su potrebna za primjenu inovativnih tehnologija u turizmu i hotelijerstvu te za razvoj i kreiranje novih koncepata poslovanja pomoću inovativnih tehnologija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati prednosti i nedostatke korištenja inovativnih tehnologija u turizmu i hotelijerstvu
2. Preispitati moguća područja primjene inovativnih rješenja u svrhu optimizacije poslovanja, personaliziranog korisničkog iskustva i postizanju konkurentnosti
3. Podržati i preporučiti implementaciju inovativnih tehnoloških rješenja u digitalizaciji proizvoda i usluga
4. Samostalno osmisliti i predložiti nove koncepte poslovanja subjekata u turizmu i hotelijerstvu uz istovremeno prepoznavanje novih prilika na tržištu te njihovo iskorištavanje u smislu primjene inovativnih tehnologija

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u inovativne tehnologije u turizmu i hotelijerstvu (pregled općih i specifičnih tehnoloških trendova u turizmu i hotelijerstvu); Tehnologije prepoznavanja glasa (glasovno pretraživanje i upravljanje glasom); Prednosti i nedostaci beskontaktnog plaćanja i kompatibilnost s programima vjernosti; Umjetna inteligencija i robotika u hotelima i restoranima; Glasovni asistenti i njihova uloga u poboljšanju korisničkog iskustva i zadovoljstva; Primjeri korištenja virtuelne i proširene stvarnosti u turizmu i hotelijerstvu; Mobilno poslovanje i hotelske aplikacije; Primjena biometrije u turizmu i hotelijerstvu; Pametni hoteli i pametne destinacije bazirane na Internetu stvari (IoT); Kibernetička sigurnost i zaštita privatnosti u turizmu i hotelijerstvu (blockchain tehnologije); Veliki podatci i prediktivna analitika u pružanju personaliziranih iskustava i upravljanju prihodima; Cloud tehnologija u hotelskoj industriji;



Inovativni tehnološki trendovi koji će oblikovati budućnost poslovanja u turizmu i hotelijerstvu							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave (predavanja, seminari, radionice), izrada i prezentacija praktičnih zadataka (case study), analiza slučajeva iz prakse, timski rad, polaganje kolokvija i završnog rada.							
1.8. Praćenje ³⁷ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,7
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Spremić, M. (2017). Digitalna transformacija poduzeća. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. 2. Pejić Bach, M., Spremić, M. (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Busulwa, R., Evans, N., Oh, A. (2021). Hospitality Management and Digital Transformation, 1st Editions. London & NY: Routledge. 2. Laudon, K.C., Laudon, P.J., Management Information Systems: Managing the Digital Firm, 16 th Edition, Pearson Education, 2020. 3. Szymczyk, K., El Emary, I.M.M. (2021). Advanced Trends in ICT for Innovative Business Management, 1st Editions. London & NY: Routledge. 4. Turban, E., Pollard, C., Wood, G. (2021). Information Technology for Management: Driving Digital Transformation to Increase Local and Global Performance, Growth and Sustainability, 12th Edition. Hoboken: Wiley.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	
Spremić, M. (2017). Digitalna transformacija poduzeća. Zagreb: Sveučilište				5		50	

³⁷ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



u Zagrebu, Ekonomski fakultet.		
Pejić Bach, M., Spremić, M. (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.	8	50
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		

Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	
Naziv predmeta	Digitalna komunikacija u turizmu	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studiji "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj ovog kolegija je stjecanje razumijevanja o važnosti primjene digitalnih komunikacija, posebice društvenih medija u suvremenom turizmu. Studenti će razviti svjesnost o brojnim izazovima digitalnog okruženja za turističke subjekte i menadžere turističkih destinacija koji su preduvjet uspješnog poslovanja. Od studenata se očekuje kritičko promišljanje o konceptima i strategijama korištenja digitalnih kanala komunikacije u turističkim destinacijama.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon položenog ispita očekuje se da će student moći:

1. Analizirati i kritički prosuđivati koncepte korištenja digitalnih kanala komunikacije.
2. Odabrati prikladne oblike komunikacije za digitalno brendiranje.
3. Preporučiti optimalnu strategiju digitalne komunikacije turističkog subjekta.

1.4. Sadržaj predmeta

Tehnološke promjene u globalnom okruženju i trendovi u digitalnoj komunikaciji; digitalna transformacija promocije i prodaje - OTA kanali; strategije digitalnog marketinga; outbound i inbound marketing; utjecaj društvenih mreža na turistička putovanja; interakcija putem društvenih mreža, marketing generiranog sadržaja, mobilni marketing u turizmu; marketing influencera; digitalna brend komunikacija; mjerenje uspješnosti digitalne komunikacije; etika i društvena odgovornost.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

**1.7. Obveze studenata**

Predavanja, praktični rad, kolokviji i završni ispit.

1.8. Praćenje³⁸ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,7
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (Odabrana poglavlja)
2. Materijali s predavanja

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. European Travel Commission and World Tourism Organization (2014), *Handbook on E-marketing for Tourism Destination – Fully revised and extended version 3.0*, UNWTO, Madrid.
2. Roberta Minazzi (2015) *Social Media Marketing in Tourism and Hospitality*, Springer
3. Antolović, K., i Haramija, P. (2015). Odgovorno oglašavanje: Pravo i etika u tržišnom komuniciranju. Zagreb: K & K Promocija i HURA.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (Odabrana poglavlja)	15	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³⁸ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Ivana Ivančić	
Naziv predmeta	Menadžment luksuznih hotela	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni predmet	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Cilj predmeta je kroz nastavu i izradu projektnih zadataka omogućiti studentima stjecanje novih znanja u području menadžmenta luksuznih hotela i luksuznog hotelijerstva općenito. Studentima će se kroz nastavne aktivnosti osigurati mogućnost upoznavanja sa specifičnostima funkcija planiranja, organiziranja, kadroviranja, vođenja i kontroliranja u luksuznom hotelijerstvu. Studenti će po završetku nastavnog procesa imati sistematizirana znanja o načinu upravljanja luksuznim hotelima i biti će osposobljeni kreirati vlastite primjere specijaliziranih luksuznih usluga za hotelijerstvo.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Definirani su nastavnim planom i programom studija.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Student će nakon odslušanog i položenog predmeta moći:

1. Povezati znanja o planiranju, organizaciji i vođenju luksuznog hotelskog objekta
2. Utvrditi ključne informacije za planiranje i upravljanje poslovanja luksuznog hotela
3. Preporučiti nove proizvode, usluge i doživljaje u cilju unapređenja konkurentnosti i kvalitete ponude luksuznog hotela
4. Usporediti različite segmente ponude luksuznih usluga u hotelskim objektima
5. Kreirati inovativnu ponudu luksuznih usluga za hotelski objekt.

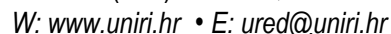
1.4. Sadržaj predmeta

Definiranje pojmova luksuznih usluga i luksuznog hotela. Analiza razvoja luksuznih hotela na turističkom tržištu. Luksuzni hotelski brendovi na turističkom tržištu. Specifičnosti menadžmenta luksuznih hotela. Organizacija poslovnih procesa u luksuznim hotelima. Standardi u luksuznom hotelijerstvu. Posebnosti kadrovskih resursa u luksuznim hotelima. Izazovi u vodstvu luksuznih hotela. Kreiranje ponude luksuznih usluga u hotelijerstvu. Uloga kvalitete i personalizacije usluga u luksuznim hotelima. Značaj upravljanja zadovoljstvom gostiju u luksuznim hotelima. Koncept marketinga luksuznih hotela. Trendovi razvoja ponude u luksuznom hotelijerstvu.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- ☒ predavanja
☒ seminari i radionice

- ☒ samostalni zadaci
☐ multimedija i mreža

99



Marketing, 33:3, 303-318, DOI: 10.1080/08961530.2020.1777922

8. Sherman, R. (2007) Class Acts, Service and Inequality in Luxury Hotels, University of California Press.

9. Heyes, A. (2021) What is luxury hospitality? A need to move towards a scientific understanding, Research in Hospitality Management, 11:2, 67-69, DOI: 10.1080/22243534.2021.1917919

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Cerović, Z. (2017) Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.	20	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Daniela Soldić Frleta	
Naziv predmeta	Turizam, društvo i kultura	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ishod ovog kolegija, utemeljenog na nizu akademskih disciplina kao što su sociologija, antropologija, kulturna geografija, kao i znanstvenim područjima kao što su razvoj, turizam i kulturološke studije, je pružiti dubinsko razumijevanje povijesnih i suvremenih odnosa između turizma, društva i kulture. Pri tome, kolegij naglašava važnost različitih društvenih znanosti u pružanju ključnih uvida u sam fenomen turizma i znanstvenih tema kao što su reprezentacija, geografska imaginacija, doživljaji samih destinacija; percepcija lokalne kulture i identiteta; odnosi između domaćina i gostiju; sociokulturnih posljedica turizma; kao i povijesni i suvremeni značaj putovanja i različitih oblika turizma kao važnog aspekta kako gospodarskog razvoja i djelovanja tako i šireg društvenog i kulturnog života, i mjesnog identiteta turističkih destinacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. kritički prosuđivati odnose između različitih oblika turizma, društva i kulture u povijesnom i suvremenom kontekstu razvoja turizma u destinacijama oslanjajući se na niz relevantnih teorijskih koncepta i (interdisciplinarnih) znanstvenih uvida
2. prezentirati kritičko razumijevanje reprezentacija, geografske imaginacije i konsumpcije mjesta u turizmu te i implikacija koje iste imaju na destinacije i lokalno društvo
3. integrirati znanje vezano za putovanja i različite oblike turizma kao važnih aspekata kako gospodarskog razvoja i aktivnosti tako i šireg društvenog i kulturnog života, i identiteta mjesta turističkih destinacija

1.4. Sadržaj predmeta

1. Turizam, društvo i kultura: uvod i ključni koncepti
2. Povijest turizma: od antičkog doba do *Grand Tour*-a i suvremenog putovanja i turizma
3. Vizualna kultura i suvremeni turizam: film and media-induced tourism
4. Semiotika turizma: reprezentacija destinacija, kultura i identiteta u popularnim turističkim materijalima



5. Turistički pogled, fotografija i konzumpcija mjesta i kultura u vrijeme društvenih medija 6. Studentske prezentacije 7. Tipologije suvremenih turizma i turista 8. Domaćini i gosti 9. Socio-kulturne posljedice turizma 10. Baština, turizam i nacionalni identitet 11. Muzeji, društvo i turizam: povijesni razvoj i suvremena praksa 12. Kulturni, kreativni i umjetnički turizam u urbanim i ruralnim sredinama 13. Turizam, društvo i kultura u razdoblju Antropocena 14. Krize i turistička mobilnost: putovanja i turizam prije, u tijeku i nakon pandemije Covid-19 15. Kreiranje mjesta i turističkih prostora kroz razvoj različitih oblika turizma							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari	Kolegij se izvodi i na engleskom jeziku.						
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, grupna seminarska prezentacija, esej, kolokviji i završni ispit.							
1.8. Praćenje ⁴⁰ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,6	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	
Portfolio		Grupna seminarska prezentacija	0,3				
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<u>Knjige:</u> 1. Smith, M. (2015) <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i> (3 rd Ed.). London: Routledge. 2. Sharpley, R. (2018) <i>Tourism, Tourists and Society</i> (5 th Ed). London: Routledge. 3. Urry, J. and Larsen, J. (2011) <i>Tourist Gaze 3.0</i> . London: Sage. 4. Frew, E. and White, L. (Eds.) (2016) <i>Tourism and National Identities: An International Perspective</i> . London Routledge. <u>Članci objavljeni u znanstvenim časopisima:</u> 5. Cheer, J., Milano, C. and Novelli, M. (2019) Tourism and Community Resilience in the Anthropocene: Accentuating Temporal Overtourism. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 27(4), 554-							

⁴⁰ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



572.

6. Hopkins, D. (2021) Crises and Tourism Mobilities. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (9), 1423-1435.
7. Lew, A. A. (2017) Tourism Planning and Place Making: Place-making or Placemaking? *Tourism Geographies*, 19(3), 448-466.
8. Månsson, M. (2011) Mediatized Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1634-1652.
9. Pritchard, A. and Morgan, N. (2001) Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*, 22 (2), 167-179.
10. Rakić, T., & Chambers, D. (2012) Rethinking the Consumption of Places. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1612-1633.
11. Richards, G. (2020) Designing Creative Places: The Role of Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

Knjige:

1. Holden, A. (2005) *Tourism and the Social Sciences*. London: Routledge.
2. Rojek, C. and Urry, J. (Eds.) (1997) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
3. Rakić, T., & Lester, J. (Eds.) (2013) *Travel, Tourism and Art*. Farnham: Routledge.
4. Sharpley, R. and Telfer, D. J. (Eds.) (2015) *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (2nd Ed). Bristol: Channel View Publications.

Članci objavljeni u znanstvenim časopisima:

5. Hall, C. M., Scott, D. and Gössling, S. (2020) Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22 (3), 577-598.
6. Jenkins, O. (2003) Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation. *Tourism Geographies*, 5 (3), 305-328.
7. Towner, J. and Wall, G. (1991) History and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (1), 71-84.
8. Salazaar, N. B. (2021) Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 863-882.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Smith, M. (2015) <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i> (3 rd Ed.). London: Routledge.	5	50
Sharpley, R. (2018) <i>Tourism, Tourists and Society</i> (5 th Ed). London: Routledge.	5	50
Urry, J. and Larsen, J. (2011) <i>Tourist Gaze 3.0</i> . London: Sage.	5	50
Frew, E. and White, L. (Eds.) (2016) <i>Tourism and National Identities: An International Perspective</i> . London Routledge.	5	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Suzana Marković	
Naziv predmeta	Virtualni doživljaj	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi predmeta su sljedeći: (a) upoznati studente sa uranjajućim interaktivnim tehnologijama koje mogu spojiti fizički i virtualni svijet – virtualna stvarnost (VR), proširena stvarnost (AR) i mješovita stvarnost (MR) te mogućnostima koje pruža navedena tehnologija u kreiranju novih doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji, (b) osposobiti studente da uz pomoć stečenog znanja sudjeluju u dizajniranju, upravljanju i mjerenju virtualnih doživljaja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati koncepte iz područja turističkog i virtualnog doživljaja
2. Procijeniti važnost i ulogu uranjajućih tehnologija u turističkoj i hotelskoj industriji
3. Vrednovati i usporediti teorije, koncepte i metode koje se odnose na mjerenje virtualnog doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji
4. Kritički prosuđivati prednosti i nedostatke korištenja uranjajućih tehnologija u kreiranju novih doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji
5. Vrednovati postojeće virtualne doživljaje primjenom kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja te predložiti smjernice za poboljšanje istih

1.4. Sadržaj predmeta

Konceptualizacija: Turizam 5.0. E-turizam. Pametni turizam (*smart tourism*). Digitalni turizam. Ekonomija doživljaja. Kvaliteta doživljaja. Turistički doživljaj i vrste. Virtualno okruženje. Virtualni doživljaj. Virtualne ture. Virtualni obilasci hotela. Osjetilni doživljaj.

Uranjajuće tehnologije u turizmu i hotelskoj industriji: Definiranje uranjajuće tehnologije. Povijesni razvoj uranjajućih tehnologija. Virtualna stvarnost (VR). Proširena stvarnost (AR). Mješovita stvarnost (MR). Osnove dizajniranja virtualnih doživljaja. Privatnost i etika pri upotrebi uranjajućih tehnologija. Primjena VR, AR i MR u turizmu i hotelskoj industriji.



Mjerenje kvalitete virtualnih doživljaja: Osmišljavanje teme istraživanja, definiranje problema i ciljeva istraživanja. Pretraživanje literature i izrada pregleda dosadašnjih istraživanja. Kreiranje ljestvice za mjerenje kvalitete virtualnog doživljaja. Uzorak i prikupljanje podataka. Analiza kvalitativnih podataka. Analiza kvantitativnih podataka. Izrada izvješća.

Novi trendovi u istraživanju i mjerenju virtualnih doživljaja, te primjene uranjajućih tehnologija u turizmu

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara. Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati individualni i grupni zadaci, prezentirati rezultati istraživačkog projekta i sl. Prisustvovanje na predavanjima i seminarskoj nastavi će se evidentirati.

1.8. Praćenje⁴¹ rada studenata

Pohađanje nastave	1,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,4	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). *Istraživački SPaSS*. Zagreb: Naklada Ljevak.
2. Marković, S. (2021). *Virtualni doživljaj*. (e-PREDAVANJA na Merlinu)
3. Dorčić, J. (2021). *Virtualni doživljaj*. (e-SEMINARI na Merlinu)

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Benckendorff, P. J., Xiang, Z. & Sheldon, P. J. *Tourism information technology (3rd edition)*. Cabi.
2. Dixit, S. K. (Ed.). (2020). *The Routledge handbook of tourism experience management and marketing*. Routledge.
3. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*. Routledge
4. Hillmann, C. (2021). *UX for XR: User experience design and strategies for immersive technologies*. Apress.
5. Jung, T., & tom Dieck, M. C. (Eds.) (2018). *Augmented Reality and Virtual Reality. Empowering Human, Place and Business*. Cham: Springer International Publishing.
6. Malhotra, N. K. & Birks, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall

⁴¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



7. Mealy, P. (2018). *Virtual & augmented reality for dummies*. John Wiley & Sons.
8. Pandžić, I. S., Pejša, T., Matković, K., Benko, H., Čereković, A. & Matijašević, A. (2011). *Virtualna okruženja: interaktivna 3D grafika I njene primjene*. Zagreb: Element.
9. Stuart, H. (2018). *Virtual Reality Marketing: Using VR to Grow a Brand and Create Impact*. Kogan Page Publishers.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). Istraživački SPaSS. Zagreb: Naklada Ljevak.	13	50
Marković, S. (2021). Virtualni doživljaj. (e-PREDAVANJA na Merlinu)	PDF	50
Dorčić, J. (2021). Virtualni doživljaj. (e-SEMINARI na Merlinu)	PDF	50

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelji predmeta	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan	
Naziv predmeta	Društvene mreže i influencer marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

2. OPIS PREDMETA**1.1. Ciljevi predmeta**

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija u primjeni društvenih medija i influencer marketinga. Kreiranjem i upravljanjem sadržajem na društvenim medijima, studenti će upoznati platforme društvenih medija, korisničko ponašanje i iskustvo na društvenim medijima i njihovu ulogu u suvremenom poslovnom okruženju. Naučit će kako stvarati i upravljati interaktivnom komunikacijom, oblikovati strategije marketinga za društvene platforme te na koji način planirati, implementirati i pratiti marketinške kampanje na društvenim mrežama. Studenti će kritički promisliti o budućim trendovima u primjeni marketinške komunikacije na društvenim mrežama i influencer marketinških aktivnosti te prednostima i izazovima društvenih medija u poslovanju.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

1. Usporediti karakteristike različitih platformi društvenih medija.
2. Procijeniti važnost primjene različitih sadržaja na društvenim medijima u cilju stvaranja integrirane marketinške komunikacije.
3. Prosuditi važnost influencer marketinga u planiranju promotivnih kampanja.
4. Formulirati i pratiti marketinške kampanje na društvenim medijima.
5. Kritički prosuditi o budućim trendovima interaktivne komunikacije na društvenim medijima i influencer marketinških aktivnosti.

1.4. Sadržaj predmeta

Okruženje i područja društvenih medija; Korisničko ponašanje i korisničko iskustvo na društvenim medijima; Strategije marketinga putem društvenih medija; Interaktivna komunikacija na društvenim medijima; Karakteristike i specifičnosti društvenih mreža; Metrika društvenih mreža; Viralni marketing i krizno komuniciranje na društvenim mrežama; Prednosti i izazovi društvenih medija; Odrednice i osobitosti influencer marketinga; Planiranje, implementacija i praćenje influencer marketing kampanja



1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo				
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.8. Praćenje ⁴² rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
Čuić Tanković, A., Perišić Prodan, M. (2023), Materijali s predavanja Krajnović, A., Sikirić, D., Hordov, M. (2019), Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije, Sveučilište u Zadru, Zadar.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
Hanlon, A., Tuten, T.L. (2022): The SAGE Handbook of Social Media Marketing, Thousand Oaks: SAGE Tuten, T. L. (2021): Social Media Marketing. Thousand Oaks: SAGE Levin, A. (2020). Influencer marketing for brands. Apress. Butow, E., Herman, J., Liu, S., Robinson, A., & Allton, M. (2020). Ultimate guide to social media marketing. Entrepreneur Press.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Krajnović, A., Sikirić, D., Hordov, M. (2019), Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije, Sveučilište u Zadru, Zadar						15	50
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i							

⁴² **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: www.uniri.hr • E: ured@uniri.hr

ugostiteljstvu.