

| NAZIV PREDMETA | | Poslovanje putničkih agencija | | | | |
|---|---|--|---|------|----|---|
| Kod | ECT204 | Godina studija | 3. | | | |
| Nositelj/i predmeta | Doc. dr. sc. Davorka Mikulić Doc. dr.sc. Ante Mandić | Bodovna vrijednost (ECTS) | 5 | | | |
| Suradnici | Mag.oec. Zvonimir Kuliš | Način izvođenja nastave (broj sati u semestru) | P | S | V | T |
| | | | 26 | | 26 | |
| Status predmeta | obvezni | Postotak primjene e-učenja | 30% | | | |
| OPIS PREDMETA | | | | | | |
| Ciljevi predmeta | Glavni cilj predmeta je osigurati stjecanje vještina i sposobnosti za razumijevanje poslovnih procesa posrednika na turističkom tržištu te samostalno oblikovanje poslovnog modela turističke agencije. | | | | | |
| Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet | Preduvjeti za upis propisani su Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju. | | | | | |
| Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja) | <p>Polaznik će kroz ovaj predmet integrirati teorijske i empirijske spoznaje o suvremenim načinima poslovanja posrednika na turističkom tržištu, samostalno planirati poslovne procese te kreirati inovativne proizvode uz podršku informacijskih tehnologija.</p> <p>Pojedinačni ishodi učenja:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. analizirati promjene trendova na turističkom tržištu i prosuditi njihove implikacije u kanalima distribucije 2. prosuditi prednosti poslovnih integracija u agencijskom poslovanju 3. samostalno kreirati turistički aranžman kao temeljni proizvod turističke agencije 4. procijeniti održivost poslovnog modela turističke agencije 5. ocijeniti uspješnost poslovanja e-posrednika u turizmu | | | | | |
| Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave | Predavanja | | Vježbe | | | |
| | Tema | Sati | Tema | Sati | | |
| | Kanali distribucije u turizmu – promjene i trendovi. Funkcije turističke agencije | 2 | Dogovor o načinu rada na kolegiju (sadržaj i program predmeta, kriteriji ocjenjivanja). | 2 | | |
| | Osnivanje i klasifikacija turističkih agencija | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 | | |
| | Pojmovna i funkcionalna razlika između turopatora i turističke agencije | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 | | |
| | Globalizacija i partnerstva gospodarskih subjekata na turističkom tržištu | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 | | |
| | Vrste i karakteristike usluga turističkih agencija | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 | | |
| | Osmišljavanje i razvoj turističkih paket aranžmana | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 | | |

2021./2022.

01/03/22 – 9. Sj. FV

| | | | | |
|--|---|----|---|--|
| | Formiranje i politika cijena agencijskih usluga | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| | Temeljni instrumenti regulacije poslovnih odnosa turističke agencije, putnika i davatelja usluga | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| | Vrste i karakteristike ugovornih odnosa agencije i njenih poslovnih partnera | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| | Zaštita potrošača i osiguranje putnika | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| | Informacijsko komunikacijske tehnologije i njihov značaj za agencijsko poslovanje | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| | Planiranje i poslovna politika turističke agencije | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| | Novi modeli poslovanja turističkih agencija. Budućnost e-turističkih posrednika. | 2 | Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava. | 2 |
| Vrste izvođenja nastave: | <input type="checkbox"/> <u>predavanja</u> <input type="checkbox"/> <u>seminari i radionice</u> <input type="checkbox"/> <u>vježbe</u> <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava | | <input type="checkbox"/> <u>samostalni zadaci</u> <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> <u>gostovanja iz prakse</u> | |
| Obveze studenata | Uvjeti za potpis: 70% pohađanja nastave (predavanja i vježbe), seminarski rad na zadanu temu i 4 samoevaluacijska testa (kviza). Tijekom semestra bit će organizirana 4 samoevaluacijska testa. (kviza) kojima će se provjeriti znanje i pripremiti studente za kolokvije. | | | |
| Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>): | Pohađanje nastave | 2 | Istraživanje | Praktični rad |
| | Eksperimentalni rad | | Referat | (Ostalo upisati) |
| | Esej | | Seminarski rad | 1 (Ostalo upisati) |
| | Kolokviji | *2 | Usmeni ispit | 2 (Ostalo upisati) |
| | Pismeni ispit | | Projekt | (Ostalo upisati) |
| Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | <p>*Student koji položi oba kolokvija oslobođen je polaganja finalnog ispita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studenti tijekom semestra pišu dva kolokvija i seminarski rad u grupama koji trebaju prezentirati ▪ Način polaganja finalnog ispita: pismeni i po potrebi usmeni. ▪ Prag prolaznosti na kolokvijima i na pismenom ispitu – 60% ostvarenih bodova. ▪ Ukupna ocjena formira se na temelju rezultata ostvarenih na 2 kolokvija (svaki po 35 bodova); pisanog i izloženog seminarskog rada na zadanu temu (25 bodova) i aktivnim sudjelovanje u nastavi (5 bodova) ▪ Finalni ispit donosi max. 70 od ukupnih 100 bodova iz kolegija. ▪ Ljestvica ocjenjivanja: <60 bodova = nedovoljan, 60-69 = dovoljan, 70-79 = dobar, 80-89 = vrlo dobar te 90-100 = izvrstan | | | |
| Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija) | Naslov | | Broj primjeraka u knjižnici | Dostupnost putem ostalih medija |
| | Autorizirana predavanja i nastavni materijali na | | 10 | Moodle |

| | | | |
|--|--|----|--------------------------------------|
| | stranicama kolegija | | |
| | Dulčić, A. (2006) Turističke agencije, poslovanje i menadžment, Ekokon, Split | 10 | |
| | Važeći zakoni i pravilnici iz područja turizma | | Mrežne stranice Ministarstva turizma |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Dopunska literatura | <p>Holland, J. & Leslie, D. (2017). <i>Tour Operators and Operations: Development, Management & Responsibility</i>. CABI</p> <p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). <i>Marketing 4.0: moving from traditional to digital</i>. John Wiley and Sons, Inc.</p> <p>Buhalis, D., Law, E. (2001) <i>Tourism Distribution Channels</i>, Cengage Learning EMEA, London</p> <p>Syratt, G. (2003), <i>Manual of Travel Agency Practice</i>, Elsevier Butterworth-Heinemann</p> <p>Relevantni i aktualni stručni članci</p> | | |
| Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja | <ul style="list-style-type: none"> • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik) • Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu) • Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu) • Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete) • Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu) | | |
| Ostalo (prema mišljenju predlagatelja) | | | |