

| NAZIV PREDMETA  |   | Menadžment turističke agencije                 |   |      |    |   |
|---|---|--|---|------|----|---|
| Kod   | EUT201  | Godina studija                                 | 3.  |      |    |   |
| Nositelj/i predmeta   | Doc.dr.sc. Davorka Mikulić<br>Doc.dr.sc. Ante Mandić  | Bodovna vrijednost (ECTS)                      | 6   |      |    |   |
| Suradnici   |   | 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"> <li>1. analizirati promjene trendova na turističkom tržištu i prosuditi njihove implikacije u kanalima distribucije</li> <li>2. prosuditi prednosti poslovnih integracija u agencijskom poslovanju</li> <li>3. samostalno kreirati turistički aranžman kao temeljni proizvod turističke agencije</li> <li>4. procijeniti održivost poslovnog modela turističke agencije</li> <li>5. ocijeniti uspješnost poslovanja e-posrednika u turizmu</li> </ol> |  |   |      |    |   |
| 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 turoperatora 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    |    |   |

|  |   |      |   |                   |                  |  |
|--|---|------|---|-------------------|------------------|--|
|  | 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                 |                  |  |
|  | Primjena informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju turističkih agencija  | 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><br><input type="checkbox"/> <u>seminari i radionice</u><br><input type="checkbox"/> <u>vježbe</u><br><input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti<br><input type="checkbox"/> mješovito e-učenje<br><input type="checkbox"/> terenska nastava   |      | <input type="checkbox"/> <u>samostalni zadaci</u><br><input type="checkbox"/> multimedija<br><input type="checkbox"/> laboratorij<br><input type="checkbox"/> mentorski rad<br><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  | 1,5               | (Ostalo upisati) |  |
|  | Kolokviji   | *2,5 | Usmeni ispit  | 2,5               | (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"> <li>▪ Studenti tijekom semestra pišu dva kolokvija i seminarski rad u grupama koji trebaju prezentirati</li> <li>▪ Način polaganja finalnog ispita: pismeni i po potrebi usmeni.</li> <li>▪ Prag prolaznosti na kolokvijima i na pismenom ispitu – 60% ostvarenih bodova.</li> <li>▪ 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)</li> <li>▪ Finalni ispit donosi max. 70 od ukupnih 100 bodova iz kolegija.</li> </ul> <p>Ljestvica ocjenjivanja: &lt;60 bodova = nedovoljan, 60-69 = dovoljan, 70-79 = dobar, 80-89 = vrlo dobar te 90-100 = izvrstan</p> |      |   |                   |                  |  |
| Obvezna literatura   | <b>Naslov</b>   |      | <b>Broj</b>   | <b>Dostupnost</b> |                  |  |

| (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)                                |  | primjeraka u knjižnici | putem ostalih medija                 |
|--|--|------------------------|--------------------------------------|
|  | Autorizirana predavanja i nastavni materijali na stranicama kolegija   |                        | Moodle                               |
|  | Dulčić, A. (2005) Turističke agencije, poslovanje i menadžment, Ekokon, Split  | 10                     |                                      |
|  | <del>Vukonić, B. (1998) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb</del>  | 4                      |                                      |
|  | Važeći zakoni i pravilnici iz područja turizma   |                        | Mrežne stranice Ministarstva turizma |
|  |  |                        |                                      |
|  |  |                        |                                      |
| Dopunska literatura  | <p>Holland, J. &amp; Leslie, D. (2017). <i>Tour Operators and Operations: Development, Management &amp; 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 znanstveni i stručni članci</p>  |                        |                                      |
| Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik)</li> <li>• Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu)</li> <li>• Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu)</li> <li>• Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete)</li> <li>• 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)</li> </ul> |                        |                                      |
| Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)                                       |  |                        |                                      |