



OPIS PREDMETA		
Nositelj predmeta	doc. dr. sc. Marina Laškarin Ažić, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu	
Naziv predmeta	Menadžment odnosa s gostima i prodaja	
Studijski program	Združeni specijalistički diplomski stručni studij „Master of Sustainable Outdoor Hospitality Management“	
Status predmeta	obvezatan	
Godina	Godina 1, Semestar 2	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenosti studenata	6 ECTS
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)
1. Ciljevi predmeta		
<ul style="list-style-type: none">- Upoznati studente s planiranjem prodaje, segmentacijom, pozicioniranjem, budžetiranjem, ugovaranjem, analizom, izvještavanjem i organizacijom- Osposobiti studente za korištenje različitih prodajnih kanala uključujući OTA i različite kamp operatere- Osposobiti studente za korištenje alata za izravnu prodaju i digitalne aktivnosti- Upoznati studente s višekanalnom komunikacijom i korištenjem alata društvenih medija u kamperskoj prodaji- Upoznati studente s ključnim europskim dionicima u prodaji kampova- Upoznati upravljanje prihodima u kampiranju- Upoznati studente s upravljanjem odnosa s gostima- Upoznati studente s CRM softverom te ih osposobiti za upravljanje podacima o gostima u skladu sa zahtjevima GDPR-a		
2. Uvjeti za upis predmeta		
Nema.		
3. Očekivani ishodi učenja za predmet		
Nakon uspješno savladanog programa kolegija Menadžment odnosa s gostima i prodaja studenti će moći: <ul style="list-style-type: none">- razgovarati o novim trendovima u različitim kanalima prodaje kampova,- izraditi primjere distribucije cijena, plan aktivnosti za realizaciju budžeta prema kanalima prodaje, sposobnost čitanja i objašnjenja različitih izvještaja u kamping prodaji,- koristiti tehničke alate upravljanja kanalima (softver Phobs) za distribuciju cijena i zaliha,- implementirati digitalne alate u prodajnim kanalima uzevši u obzir potrebe i prava gostiju,- objasniti i demonstrirati suvremene tehnike izravne prodaje,- razlikovati goste prema njihovim vjerskim, kulturnim, nacionalnim, socio-ekonomskim, temperamentnim i drugim obilježjima,- identificirati dodirne točke gostiju i mogućnosti prikupljanja mišljenja gostiju,- primijeniti proceduru za upravljanje nezadovoljstvom gostiju u online i onsite okruženju,- preispitati vlastite komunikacijske i pregovaračke vještine prilikom upravljanja odnosima s gostima.		
4. Sadržaj predmeta		
Sadržaj predmeta je: <ul style="list-style-type: none">- Prodaja u kampovima- Prodaja: planiranje, segmentacija, određivanje cijena, budžet, ugovaranje, analiza i izvještavanje		

- Organizacija prodaje u kampovima
 - Prodajni kanali/ flash sales, kontingenti, grupe, direktna prodaja, B2B)
 - OTA važnost za prodaju u kampovima (Booking.com, Airbnb i drugi)
 - Izravna prodaja /Call centar, digitalni alati za kampiranje, sve za sebe)
 - Prodajne strategije u prodajnim kanalima (Phobs)
 - Digitalni alati i aktivnosti za prodaju kampova (Google, Metasearch, SEO, SEM...)
 - Digitalizacija u kampiranju (prolazno skeniranje, automatizacija ulaza, chat boot, Mailbot,)
 - Web-aplikacija (informacije prije boravka, push obavijesti tijekom ostanka, prijava, naplata, kontrola računa, plaćanje, digitalni ključ, unakrsna prodaja, itd.)
 - Omni kanalna komunikacija (Viber, WhatsApp, Facebook, Messenger, SMS)
 - Društvene mreže i njihova važnost u prodaji
 - Uvod u aplikaciju Amenity recommender
 - Europski dionici u prodaji kampova: PINCAMP, ACSI & CAMPING INFO, ANWB
 - Upravljanje prihodima u kampovima /tehnike prinosa, razine prinosa, analiza i praćenje/
 - Upravljanje (ne)zadovoljstvom gostiju i psihološki aspekti upravljanja odnosima s gostima
 - Upravljanje odnosima s gostima /CRM, Programi vjernosti, Upitnici - papirni, online, prije, nakon boravka, tijekom boravka)
 - Zaštita osobnih podataka gostiju

5. Vrsta izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input 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 type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo _____

6. Komentari -

7. Obaveze studenata

Prisustvo na nastavi, individualni zadatci i završni ispit.

8. Praćenje¹ rada studenata

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	2	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	1	Referat		Praktični rad (Studija slučaja)	2
Portfolio							

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

10. Obavezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

- Jobber, D., Lancaster, G., Le Meunier-FitzHugh, K. (2018). *Selling and Sales Management*. Pearson Education Limited (e-book & print)
- Ingram, T.N, LaForge, R.W., Avila, R.A., Schwepker, C.H., Williams, M.R. (2020). *Sales management* (10th edition). Routledge, New York (e-book & print)

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

- Guenzi, P.; Geiger, S. (2011). *Sales Management: a multinational perspective*, Palgrave Macmillan, London

¹ **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.



- Doorley, J., Garcia H.F. (2020). Reputation management (4th edition). Routledge, New York (e-book & print)

12. Broj primjeraka obavezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
5 komada + online primjerci		
<ul style="list-style-type: none">• Jobber, D., Lancaster, G., Le Meunier-FitzHugh, K. (2018). <i>Selling and Sales Management</i>. Pearson Education Limited (e-book & print)	Dostupno online	30
<ul style="list-style-type: none">• Ingram, T.N., LaForge, R.W., Avila, R.A., Schwepker, C.H., Williams, M.R. (2020). <i>Sales management</i> (10th edition). Routledge, New York (e-book & print)	Dostupno online	30

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

Kvaliteta programa i izvedba nastavnog procesa ocjenjivat će se u skladu s općim aktima Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i postupkom ocjenjivanja kvalitete združenog specijalističkog diplomskog stručnog studija „Master of Sustainable Outdoor Hospitality Management“.