



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. <i>Ciljevi predmeta</i>		
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. <i>Uvjeti za opis predmeta</i>		
Nema.		
1.3. <i>Očekivani ishodi učenja za predmet</i>		
Student će nakon položenog ispita biti sposoban: <ol style="list-style-type: none"> 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. <i>Sadržaj predmeta</i>		
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. <i>Vrste izvođenja nastave</i>	<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. <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>Praćenje¹ 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 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. <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 **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.



Stipanović, C. (2009). Poslovna inteligencija u turizmu. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.	10	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.		