



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, 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 opis 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"/> 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 checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo



1.6.	<i>Komentari</i>						
1.7.	<i>Obveze studenata</i>						
Student je obvezan 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.	<i>Praćenje¹ rada studenata</i>						
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.	<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. Cerović, Z. (2017) <i>Hotelski menadžment</i> , Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.							
1.11.	<i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>						
1. Kanani, R. B. (2017) <i>A Wealth of Insight: The World's Best Luxury Hoteliers on Leadership, Management and the future of 5-Star Hospitality</i> , Black Truffle Press.							
2. Amatulli, C., De Angelis, M., Stoppani, A. (2021) <i>The appeal of sustainability in luxury hospitality: An investigation on the role of perceived integrity</i> , <i>Tourism Management</i> , Volume 83, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104228							
3. Kim, K., Baker, M (2021) <i>Luxury Branding in the Hospitality Industry: The Impact of Employee's Luxury Appearance and Elitism Attitude</i> , <i>Cornell Hospitality Quarterly</i> 2022, Vol. 63(1) 5– 18							
4. Shin, M., Back, K-J., Lee, C-K., Lee, Y-S. (2021) <i>The Loyalty Program for Our Self-Esteem: The Role of Collective Self-Esteem in Luxury Hotel Membership Programs</i> , <i>Cornell Hospitality Quarterly</i> 2022, Vol. 63(1) 19-32							
5. Kwon, W., Lee, M., Bowen, J. T. (2021) <i>Exploring Customers' Luxury Consumption in Restaurants: A Combined Method of Topic Modeling and Three-Factor Theory</i> , <i>Cornell Hospitality Quarterly</i> 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", <i>e-Review of Tourism Research</i> , 15(1). Available at: https://ertr-ojs-tamu.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/161							
7. Nguyen Thi Cam Le & Vo Thi Quy (2021) <i>Dimensions of Luxury Hospitality Service Personal Values in Confucian Culture: Scale Development and Validation</i> , <i>Journal of International Consumer Marketing</i> , 33:3, 303-318, DOI: 10.1080/08961530.2020.1777922							
8. Sherman, R. (2007) <i>Class Acts, Service and Inequality in Luxury Hotels</i> , University of California Press.							
9. Heyes, A. (2021) <i>What is luxury hospitality? A need to move towards a scientific understanding</i> , <i>Research in Hospitality Management</i> , 11:2, 67-69, DOI: 10.1080/22243534.2021.1917919							
1.12.	<i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</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.



<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	
<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.		