



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

| Opće informacije | | |
|--|---|--------------|
| Nositelj predmeta | prof. dr. sc. Suzana Marković | |
| Naziv predmeta | MJERENJE KVALITETE DOŽIVLJAJA | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij „Menadžment u hotelijerstvu“ | |
| Status predmeta | Obvezni | |
| Godina | 1. godina | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 6 ECTS-a |
| | Broj sati (P+V+S) | 60 (30+0+30) |

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa specifičnostima koncepta kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji i stjecanje znanja o tehnikama, metodama i modelima za dizajniranje, upravljanje i mjerenje kvalitete doživljaja.

1.2. Uvjeti za opis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati koncepte iz područja mjerenja kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji i drugim uslužnim djelatnostima
2. Pravilno odabrati tehnike, metode, modele i ljestvice za mjerenje kvalitete doživljaja
3. Vrednovati postojeće turističke doživljaje i predložiti nove doživljaje u cilju unapređenja konkurentnosti i kvalitete poduzeća ili turističke destinacije
4. Osmisliti temu i nacrt istraživanja, izgraditi ljestvicu za mjerenje kvalitete doživljaja, prikupiti i analizirati prikupljene podatke primjenom metoda kvalitativne i kvantitativne analize
5. Provesti kvantitativno i kvalitativno istraživanje
6. Donositi zaključke i prezentirati rezultate vlastitog istraživanja, te ih usporediti s prethodnim istraživanjima

1.4. Sadržaj predmeta

Konceptualizacija kvalitete doživljaja: Ekonomija doživljaja. Zadovoljstvo klijenta i lojalnost. Kvaliteta doživljaja. Kvaliteta usluga. Kvaliteta robotskih usluga. Turistički doživljaj i vrste. Osjetilni turistički doživljaj. Gastronomski turistički doživljaj. Kulturni doživljaj. Virtualni doživljaj.

Turistički doživljaj i nove tehnologije: Virtualna stvarnost (VR). Proširena stvarnost (VR). Istraživanje kvalitete turističkog doživljaja i kvalitete usluga u fizičkom i virtualnom prostoru.

Istraživanje i mjerenje kvalitete doživljaja: Izrada nacrta istraživanja. Definiranje istraživačkih pitanja. Definiranje problema i ciljeva istraživanja. Izrada pregleda dosadašnjih istraživanja. Primjena postojećih ljestvica za mjerenje kvalitete doživljaja i kvalitete usluga u fizičkom i virtualnom prostoru. Uzorak i prikupljanje podataka. Analiza kvalitativnih podataka. Analiza kvantitativnih podataka. Izrada izvješća i prezentacija rezultata istraživanja.

Novi trendovi u istraživanju i mjerenju kvalitete doživljaja i kvalitete usluga u turističkoj i hotelskoj industriji.



| | | | | | | | |
|---|--|--|-----|----------------|--|---------------------|-----|
| 1.5. Vrste izvođenja nastave | <input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input checked="" 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. Komentari | | | | | | | |
| 1.7. Obveze studenata | | | | | | | |
| Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara. Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati individualni i grupni zadaci, prezentirati rezultati istraživačkog projekta i sl. Prisustvovanje na predavanjima i seminarskoj nastavi će se evidentirati. | | | | | | | |
| 1.8. Praćenje ¹ rada studenata | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 2,0 | Aktivnost u nastavi | | Seminarski rad | | Eksperimentalni rad | |
| Pismeni ispit | 1,0 | Usmeni ispit | | Esej | | Istraživanje | 1,5 |
| Projekt | | Kontinuirana provjera znanja | 1,5 | Referat | | Praktični rad | |
| Portfolio | | | | | | | |
| 1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | |
| 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. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | |
| <ol style="list-style-type: none">1. Marković, S. (2023). <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i>. (e-PREDAVANJA na Merlinu)2. Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i>. Zagreb: Naklada Ljevak.3. Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (2. izmijenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Ekonomski fakultet4. Vranešević, T., Pandža Bajs, I. & Mandić, M. (2018). <i>Upravljanje zadovoljstvom klijenata</i> (2. promijenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Accent | | | | | | | |
| 1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | |
| <ol style="list-style-type: none">1. Altinay, L., Paraskevas, A. & SooCheong (Shawn), J. (2016). <i>Planning Research in Hospitality and Tourism</i>. Routledge2. Brotherton, B. (2017). <i>Researching Hospitality and Tourism</i>. SAGE3. Cai, L. A., & Alaedini, P. (Eds.). (2018). <i>Quality services and experiences in hospitality and tourism</i>. Emerald Group Publishing4. Dixit, S. K. (Ed.). (2020). <i>The Routledge handbook of tourism experience management and marketing</i>. Routledge5. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). <i>Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences</i>. Routledge6. Gursoy, D., Uysal, M., Sirakaya-Turk, E., Ekinci, Y., Baloglu, S. (2015). <i>Handbook of Scales in Tourism and Hospitality Research</i>. CABI7. Malhotra, N. K. & Birks, N. K. (2020). <i>Marketing Research: An Applied Approach</i>. Prentice Hall8. Matthews, B., Ross, L. (2010). <i>Research Methods: A practical guide for the social sciences</i>. Pearson | | | | | | | |

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.



9. Nunan, D., Burks, D. F., Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research*. Pearson
10. Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. S. (Eds.) (2018). *Creating experience value in tourism* (2nd edition). CABI
11. Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Prentice Hall
12. Thomas, G. (2017). *How to do your research project: A guide for students*. SAGE

1.12. *Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu*

| Naslov | Broj primjeraka | Broj studenata |
|---|-----------------|----------------|
| Marković, S. (2023). <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i> (e-PREDAVANJA na Merlinu) | PDF | |
| Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i> . Zagreb: Naklada Ljevak. | 13 | |
| Marušić, M., Prebežec, D. & Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (2. izmjenjeno o dopunjeno izdanje). Zagreb: Ekonomski fakultet | 20 | |
| Vranešević, T., Pandža Bajs, I. & Mandić, M. (2018). <i>Upravljanje zadovoljstvom klijenata</i> (2. promjenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Accent. | | |
| | | |
| | | |

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

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.