



Tablica 2.

3.2. Opis predmeta

| Opće informacije | | |
|--|--|--------------|
| Nositelj predmeta | Prof. dr. sc. Nadia Pavia Doc. dr sc. Marta Cerović | |
| Naziv predmeta | Kreiranje vrijednosti u turizmu | |
| Studijski program | Sveučilišni diplomski studij "Menadžment u turizmu" | |
| 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 temeljnim principima ekonomije doživljaja s posebnim osvrtom na kreiranje vrijednosti u turizmu. Nakon položenog ispita student će biti sposoban interpretirati i primijeniti nova znanja o kreiranju vrijednosti u turizmu. Student će moći argumentirati važnost upravljanja doživljajima u turizmu, prepoznati izazove upravljanja vrijednostima i doživljajima iz perspektive turističke ponude i potražnje.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Očekuje se da će student nakon odslušanog i položenog ispita moći:

1. Procijeniti ograničenja i izazove u stvaranju vrijednosti turističkih proizvoda i usluga s naglaskom na doživljaje
2. Prosuditi postojeće i predložiti nove oblike turističke potražnje i procese odlučivanja u turizmu

1.4. Sadržaj predmeta

Vrijednosti u turizmu
Doživljaji u turističkoj ponudi
Osnove ekonomije doživljaja
Vrijednosti doživljaja u turizmu
Kreiranje vrijednosti i održivi turizam
Menadžment doživljaja u turizmu
Razumijevanje potražnje za turističkim doživljajima
Upravljanje promjenama vrijednosti proizvoda i usluga u turizmu
Organizacijska kultura u funkciji kreiranja vrijednosti
Trendovi kreiranja vrijednosti u turizmu

1.5. Vrste izvođenja nastave

- predavanja
 seminari i radionice

- samostalni zadaci
 multimedija i mreža



| | | | | | | | |
|--|---|--|------------|----------------|------------------------|-----------------------|--|
| | <input type="checkbox"/> vježbe | <input type="checkbox"/> laboratorij | | | | | |
| | <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji | <input type="checkbox"/> mentorski rad | | | | | |
| | <input type="checkbox"/> terenska nastava | <input type="checkbox"/> ostalo | | | | | |
| 1.6. <i>Komentari</i> | | | | | | | |
| 1.7. <i>Obveze studenata</i> | | | | | | | |
| Pohađanje nastave uz aktivno sudjelovanje, te izvršavanje nastavnih obveza. | | | | | | | |
| 1.8. <i>Praćenje¹ rada studenata</i> | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 2 | Aktivnost u nastavi | | Seminarski rad | 0,9 | Eksperimentalni rad | |
| Pismeni ispit | 1 | Usmeni ispit | | Esej | 0,6 | Istraživanje | |
| Projekt | | Kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 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. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici. 2011. Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb : Školska knjiga. | | | | | | | |
| 2. Pavia, N., Cerović, M., Kreiranje vrijednosti u turizmu (u pripremi) | | | | | | | |
| 3. Melissen, F., and B. Smit. 2018. Sustainable customer experience design : co-creating experiences in events, tourism and hospitality . Abingdon; New York : Routledge. | | | | | | | |
| 1.11. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i> | | | | | | | |
| 1. Melissen, F., Van der, J.P. Rest, Josephi, and R. (eds.) S.Blomme. 2014. <i>Hospitality experience : an introduction to hospitality management</i> . Groningen : Noordhoff Uitgevers B.V. | | | | | | | |
| 2. Prebensen, N. K., J. S. Chen, and M. Uysal. 2018. <i>Creating experience value in tourism</i> . Wallingford; Boston : CABI. | | | | | | | |
| 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> | |
| Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici. 2011. Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb : Školska knjiga. | | | | | 5 | | |
| Melissen, F., and B. Smit. 2018. Sustainable customer experience design : co-creating experiences in events, tourism and hospitality . Abingdon; New York : Routledge | | | | | 5 | | |
| | | | | | | | |

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>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. | | |