

Nositelj predmeta	Doc. dr sc. Marta Cerović	
Naziv predmeta	Kreiranje vrijednosti u turizmu	
Studijski program	Diplomski sveučilišni 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

- |                                                          |                                                       |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <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 type="checkbox"/> terenska nastava                | <input type="checkbox"/> ostalo                       |

### 1.6. Komentari

<b>1.7. Obveze studenata</b>							
Pohađanje nastave uz aktivno sudjelovanje, te izvršavanje nastavnih obveza.							
<b>1.8. Praćenje rada studenata</b>							
Pohađanje nastave	<b>2</b>	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	<b>0,9</b>	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	<b>1</b>	Usmeni ispit		Esej	<b>0,6</b>	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	<b>1,5</b>	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
<b>1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</b>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o studijima i studiranju na FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
<b>1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici. 2011. Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb : Školska knjiga.</li> <li>2. Pavia, N., Cerović, M., Kreiranje vrijednosti u turizmu (u pripremi)</li> <li>3. Melissen, F., and B. Smit. 2018. Sustainable customer experience design : co-creating experiences in events, tourism and hospitality . Abingdon; New York : Routledge.</li> </ol>							
<b>1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Prebensen, N. K., J. S. Chen, and M. Uysal. 2018. <i>Creating experience value in tourism</i> . Wallingford; Boston : CABI.</li> </ol>							
<b>1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</b>							
<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	40	
Melissen, F., and B. Smit. 2018. Sustainable customer experience design : co-creating experiences in events, tourism and hospitality . Abingdon; New York : Routledge					5	40	
<b>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</b>							
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.							

