

NAZIV PREDMETA	Menadžment turističke agencije						
Kod	EUT201	Godina studija	3.				
Nositelj/i predmeta	Doc.dr.sc. Davorka Mikulić Izv.prof.dr.sc. Ante Mandić	Bodovna vrijednost (ECTS)	6				
Suradnici	Mag.oec. Ena Jurić	Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			26		26		
Status predmeta	obvezni	Postotak primjene e- učenja	30%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	Glavni cilj predmeta je osigurati stjecanje vještina i sposobnosti za razumijevanje poslovnih procesa posrednika na turističkom tržištu te samostalno oblikovanje poslovnog modela turističke agencije.						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Preduvjeti za upis propisani su Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju.						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	Polaznik će kroz ovaj predmet integrirati teorijske i empirijske spoznaje o suvremenim načinima poslovanja posrednika na turističkom tržištu, samostalno planirati poslovne procese te kreirati inovativne proizvode uz podršku informacijskih tehnologija.						
	Pojedinačni ishodi učenja: 1. analizirati promjene trendova na turističkom tržištu i prosuditi njihove implikacije u kanalima distribucije 2. prosuditi prednosti poslovnih integracija u agencijskom poslovanju 3. samostalno kreirati turistički aranžman kao temeljni proizvod turističke agencije 4. procijeniti održivost poslovnog modela turističke agencije 5. ocijeniti uspješnost poslovanja e-posrednika u turizmu						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja		Vježbe				
	Tema	Sati	Tema	Sati			
	Kanali distribucije u turizmu – promjene i trendovi. Funkcije turističke agencije	2	Dogovor o načinu rada na kolegiju (sadržaj i program predmeta, kriteriji ocjenjivanja).	2			
	Osnivanje i klasifikacija turističkih agencija	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2			
	Pojmovna i funkcionalna razlika između turoperatora i turističke agencije	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2			
	Globalizacija i partnerstva gospodarskih subjekata na turističkom tržištu	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2			
	Vrste i karakteristike usluga turističkih agencija	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2			
	Osmišljavanje i razvoj turističkih paket aranžmana	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2			

	Formiranje i politika cijena agencijskih usluga	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2		
	Poseban postupak oporezivanja turističkih agencija.	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava	2		
	Promocija i distribucija složenih turističkih proizvoda.	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava	2		
	Vrste i karakteristike ugovornih odnosa između turističke agencije i putnika, Direktiva (EU) 2015/2302 o putovanjima u paket aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2		
	Vrste i karakteristike ugovornih odnosa agencije i njenih poslovnih partnera	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2		
	Planiranje i poslovna politika turističke agencije	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2		
	Novi modeli poslovanja turističkih agencija. Budućnost e-turističkih posrednika.	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2		
	Vrste izvođenja nastave:	x <u>predavanja</u> x <u>seminari i radionice</u> x <u>vježbe</u> ☐ on line u cijelosti ☐ mješovito e-učenje ☐ terenska nastava x <u>samostalni zadaci</u> ☐ multimedija ☐ laboratorij x <u>mentorski rad</u> x <u>gostovanja iz prakse</u>				
Obveze studenata	Uvjeti za potpis: 70% pohađanja nastave (predavanja i vježbe), seminarski rad na zadanu temu i 4 samoevaluacijska testa (kviza). Tijekom semestra bit će organizirana 4 samoevaluacijska testa. (kviza) kojima će se provjeriti znanje i pripremiti studente za kolokvije.					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	2	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		(Ostalo upisati)	
	Esej		Seminarski rad	1,5	(Ostalo upisati)	
	Kolokviji	*2,5	Usmeni ispit	2,5	(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit		Projekt		(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	*Student koji položi oba kolokvija oslobođen je polaganja finalnog ispita ▪ Studenti tijekom semestra pišu dva kolokvija i seminarski rad u grupama koji trebaju prezentirati ▪ Način polaganja finalnog ispita: pismeni i po potrebi usmeni. ▪ Prag prolaznosti na kolokvijima i na pismenom ispitu – 60% ostvarenih bodova. ▪ Ukupna ocjena formira se na temelju rezultata ostvarenih na 2 kolokvija (svaki po 35 bodova); pisanog i izloženog seminarskog rada na zadanu temu (25 bodova) i aktivnim sudjelovanje u nastavi (5 bodova) ▪ Finalni ispit donosi max. 70 od ukupnih 100 bodova iz kolegija. Ljestvica ocjenjivanja: <60 bodova = nedovoljan, 60-69 = dovoljan, 70-79 = dobar, 80-89 = vrlo dobar te 90-100 = izvrstan ▪					
Obvezna literatura	Naslov			Broj	Dostupnost	

(dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)		primjeraka u knjižnici	putem ostalih medija
	Autorizirana predavanja i nastavni materijali na stranicama kolegija		Moodle
	Jacqueline Holland, J., Leslie, D. (2017). Tour Operators and Operations: Development, Management, and Responsibility. CABI, Oxfordshire		
	Markota, Lj. (2018). Posebni postupak oporezivanja putničkih agencija i usluga smještaja, RRIF lipanj, str.74-99.		
	Važeći zakoni i pravilnici iz područja turizma		Mrežne stranice Ministarstva turizma
	Direktiva (EU) 2015/2302 o putovanjima u paket aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima		Mrežne stranice Ministarstva turizma
Dopunska literatura	OECD (2024), OECD Tourism Trends and Policies, OECD Publishing Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). <i>Marketing 4.0: moving from traditional to digital</i>. John Wiley and Sons, Inc. Čorak, S., Trezner, Ž., (ed) (2014). Destinacijske menadžment kompanije DMK: Priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa. Hrvatska turistička zajednica, Zagreb Relevantni i aktualni znanstveni i stručni članci		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik) • Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu i studentska pitanja) • Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu i studentska pitanja) • Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete) • Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu i studentska pitanja)		
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)			

