

NAZIV PREDMETA		Menadžment turističke agencije				
Kod	EUT201	Godina studija	3.			
Nositelj/i predmeta	Doc.dr.sc. Davorka Mikulić Doc.dr.sc. Ante Mandić	Bodovna vrijednost (ECTS)	6			
Suradnici		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)	<p>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.</p> <p>Pojedinačni ishodi učenja:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. analizirati promjene trendova na turističkom tržištu i prosuditi njihove implikacije u kanalima distribucije</li> <li>2. prosuditi prednosti poslovnih integracija u agencijskom poslovanju</li> <li>3. samostalno kreirati turistički aranžman kao temeljni proizvod turističke agencije</li> <li>4. procijeniti održivost poslovnog modela turističke agencije</li> <li>5. ocijeniti uspješnost poslovanja e-posrednika u turizmu</li> </ol>					
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		
	Temeljni instrumenti regulacije poslovnih odnosa turističke agencije, putnika i davatelja usluga	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		
	Zaštita potrošača i osiguranje putnika	2	Izlaganje rezultata studentskog istraživanja na zadanu temu i rasprava.	2		
	Primjena informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju turističkih agencija	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:	<input type="checkbox"/> <u>predavanja</u> <input type="checkbox"/> <u>seminari i radionice</u> <input type="checkbox"/> <u>vježbe</u> <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> <u>samostalni zadaci</u> <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> <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 ( <i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da</i> )	Pohađanje nastave	2	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		(Ostalo upisati)	
	Esej		Seminarski rad	1,5	(Ostalo upisati)	

2021./2022.

19/10/21 – 2. Sj.FV

ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	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	<p>*Student koji položi oba kolokvija oslobođen je polaganja finalnog ispita</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Studenti tijekom semestra pišu dva kolokvija i seminarski rad u grupama koji trebaju prezentirati</li> <li>▪ Način polaganja finalnog ispita: pismeni i po potrebi usmeni.</li> <li>▪ Prag prolaznosti na kolokvijima i na pismenom ispitu – 60% ostvarenih bodova.</li> <li>▪ 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)</li> <li>▪ Finalni ispit donosi max. 70 od ukupnih 100 bodova iz kolegija.</li> </ul> <p>Ljestvica ocjenjivanja: &lt;60 bodova = nedovoljan, 60-69 = dovoljan, 70-79 = dobar, 80-89 = vrlo dobar te 90-100 = izvrstan</p>					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>			<b>Broj primjeraka u knjižnici</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>
	Autorizirana predavanja i nastavni materijali na stranicama kolegija					Moodle
	Dulčić, A. (2005) Turističke agencije, poslovanje i menadžment, Ekokon, Split			10		
	Vukonić, B. (1998) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb			4		
	Važeći zakoni i pravilnici iz područja turizma					Mrežne stranice Ministarstva turizma
Dopunska literatura	<p>Čavlek, N. (1998), Turoperatori i svjetski turizam, Golden marketing, Zagreb          Buhalis, D., Law, E. (2001) Tourism Distribution Channels, Cengage Learning EMEA, London          Syrratt, G. (2003), Manual of Travel Agency Practice, Elsevier Butterworth-Heinemann          Relevantni i aktualni stručni članci</p>					
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik)</li> <li>• Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu)</li> <li>• Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu)</li> <li>• Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete)</li> <li>• 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)</li> </ul>					
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)						

