



SILABUS KOLEGIJA

Akademska godina 2022./2023.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Turističke agencije, turoperatori i DMK								
1.2. Studijski program	Preddiplomski stručni studij Menadžment i marketing turističke destinacije								
1.3. Kratica kolegija	TATD	1.7. Godina studija	3.						
1.4. Šifra kolegija	TDM22331	1.8. Semestar	5./zimski						
1.5. Status kolegija	Obvezni	1.9. ECTS	4						
1.6. Nastavno opterećenje	<table><tr><th>Vrsta nastave</th><th>Ukupno sati</th></tr><tr><td>Predavanja</td><td>10</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>20</td></tr></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	10	Vježbe	20	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
	Vrsta nastave	Ukupno sati							
	Predavanja	10							
Vježbe	20								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Mirela Sučić Čevra	2.6. Suradnici na predmetu	Romana Lekić
2.2. Akademski stupanj	Dr.sc.	2.7. Akademski stupanj	Dr. sc.
2.3. Zvanje	Predavač	2.8. Zvanje	Znanstveni suradnik, Profesor visoke škole u trajnom zvanju
2.4. Kontakt e-mail	mirela.sucic-cevra@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	romana.lekic@bernays.hr
2.5. Konzultacije	Prema objavljenom rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema objavljenom rasporedu

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija

Cilj kolegija „Turističke agencije, turoperatori i DMK“ je upoznati studente s teorijom i praksom djelovanja turističkih agencija i turoperatora te im pružiti interaktivni uvid u važnost i ulogu istih na cjelokupni razvoj turizma. Kroz teoriju i intenzivne i osvježene praktične primjere iz prakse studentima će biti omogućena specifična znanja u svim segmentima rada, od kreiranja proizvoda te ukupnih poslovnih procesa. Cilj je omogućiti studentima cjelokupni uvid u posredništvo u turizmu, omogućiti im ovladavanje praktičnim znanjima, ponuditi im uvid u globalna kretanja, ali ih i inspirirati u navedenom području.





3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.																			
3.3. Ishodi učenja	I1: Opisati povijesni razvoj i suvremene trendove u razvoju turističkih agencija i turoperatora. I2: Interpretirati organizacijski ustroj i specifičnosti radnog procesa u turističkim agencijama i turoperatorima. I3: Identificirati i osvijestiti suvremene tendencije i probleme u razvoju, organizaciji i djelovanju turističkih agencija i turoperatora u RH. I4: Argumentirati svrhu formiranja DMK (destinacijske menadžment kompanije). I5: Kreirati složeni turistički proizvod.																			
3.4. Sadržaj kolegija	1. Povijesni razvoj organiziranih putovanja i tržišni uvjeti nastanka turističkih agencija i turoperatora 2. Pojam, uloga, vrste i način rada turističkih agencija i turoperatora 3. Elementi poslovnog modela DMK 4. Izazovi razvoja DMK u Hrvatskoj i svijetu – uvid u praksu 5. Procesi istraživanja i segmentacije turističkog tržišta 6. Kreiranje složenih turističkih proizvoda 7. Formiranje cijena složenih turističkih proizvoda 8. Promocija turističkih proizvoda 9. Kanali i oblici distribucije 10. Kvaliteta proizvoda i usluge te zaštita potrošača																			
3.5. Vrste izvođenja nastave	x	Predavanja	x	Vježbe		Terenska nastava		Multimedija i mreža		Mentorski rad										
		Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu	x	Samostalni zadaci		Laboratorij	x	Ostalo										
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	x	Auditorne vježbe	x	Metodičke vježbe		Vježbe u praktikumu		Laboratorijske vježbe		Eksperimentalne vježbe										
		Terenske vježbe		Lektorske i govorne vježbe		Vježbe iz stranog jezika		Projektantske vježbe		Ostalo										
3.7. Jezik izvođenja	Hrvatski jezik																			
3.8. Obveze studenata	Redovno pohađanje nastave, izrada projekta.																			
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	1	Pohađanje nastave		Aktivnost na nastavi		Pismeni ispit		Usmeni ispit	2	Kolokviji										
		Seminarski rad	1	Projekt		Vježbe		Esej		Ostalo										
3.10. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i završnog ispita	<table><tr><th>Vrsta ocjene</th><th>Bodovi</th></tr><tr><td>1. Pohađanje nastave</td><td>10</td></tr><tr><td>2. Kolokvij-međuispit 1</td><td>30</td></tr><tr><td>3. Kolokvij-međuispit 2</td><td>30</td></tr><tr><td>4. Projekt</td><td>30</td></tr></table>										Vrsta ocjene	Bodovi	1. Pohađanje nastave	10	2. Kolokvij-međuispit 1	30	3. Kolokvij-međuispit 2	30	4. Projekt	30
Vrsta ocjene	Bodovi																			
1. Pohađanje nastave	10																			
2. Kolokvij-međuispit 1	30																			
3. Kolokvij-međuispit 2	30																			
4. Projekt	30																			





	Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100
3.11. Obvezna literatura	1. Hrvatska turistička zajednica (2014). Destinacijske menadžment kompanije; priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa. Zagreb. 2. Hrvatska turistička zajednica (2014). Destinacijske menadžment kompanije; ključna pitanja i odgovori za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa. Zagreb. 3. Čavlek, N. (1998). Turoperator i svjetski turizam. Zagreb: Golden marketing	
3.12. Dopunska literatura	1. Vukonić, B. (2003). Turističke agencije. Zagreb: Mikrorad. 2. Spasić, V., Rabotić, B. (2010). Poslovanje turističkih agencija: drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje. Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija. 3. Dulčić, A. (2005). Turističke agencije: poslovanje i menadžment. Split: Ekokon d.o.o. 4. Chand, M. (2009). Travel Agency Management: An Introductory Text, Second revised & enlarged edition. New Delhi, India: Anmol Publications Pvt. Ltd. 5. Syrratt, G., Archer, J. (2004). Manual of Travel Agency Practice, Third edition. Elsevier ButterworthHeinemann.	
3.13. Načini praćenja kvalitete	Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa	

