

NAZIV PREDMETA		POSLOVANJE DESTINACIJSKIH MENADŽMENT KOMPANIJA				
Kod	DTP055	Godina studija	2.			
Nositelj/i predmeta	mr. sc. Mijana Matošević Radić, predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	6			
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			30	30	0	0
Status predmeta	Obvezni	Postotak primjene e-učenja	20%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> Razumijevanje osnovnih pojmova i procesa u poslovanju destinacijskih menadžment kompanija Analiza karakterističnih proizvoda destinacijskih menadžment kompanija. Analiza procesa stvaranja, prodaje, promocije i realizacije proizvoda destinacijskih menadžment kompanija. Primjena usvojenih znanja i vještina u poslovnoj praksi destinacijskih menadžment kompanija. 					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> Objasniti ulogu destinacijskih menadžment kompanija na turističkom tržištu. Prepoznati ključna obilježja karakterističnih turističkih proizvoda destinacijske menadžment kompanije. Kritički se osvrnuti na svaku pojedinu fazu stvaranja turističkog proizvoda destinacijskih menadžment kompanija. Objasniti značaj ljudskih resursa i informacijske tehnologije kao razvojnih čimbenika destinacijskih menadžment kompanija. Primijeniti u praksi temeljno znanje iz područja poslovanja destinacijskih menadžment kompanija 					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	Sati	Oblik nastave	Tema		
	1.	2	Predavanja	Upoznavanje studenata sa sadržajem kolegija i nastavnim aktivnostima. Pojam i obilježja turističke destinacije kao fokusa poslovanja destinacijske menadžment kompanije.		
		2	Seminari	Uvod u operacionalizaciju programa vježbi, upute za izradu seminarskog rada.		
	2.	2	Predavanja	Receptivna turistička agencija kao destinacijska menadžment kompanija.		
		2	Seminari	Uvod u zajednički studentski projekt.		
	3.	2	Predavanja	Proces osnivanja destinacijske menadžment kompanije. Uvjeti za osnivanje destinacijske menadžment kompanije		
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu.		

	4.	2	Predavanja	Turistički proizvod destinacijske menadžment kompanije.
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu.
	5.	2	Predavanja	Specifičnost turističkog aranžmana destinacijske menadžment kompanije. Osmišljavanje turističkih aranžmana.
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.
	6.	2	Predavanja	Izlet kao poseban turistički proizvod. Osmišljavanje izleta.
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.
	7.	2	Predavanja	Ostali proizvodi destinacijskih menadžment kompanija: stručni skupovi, događanja i manifestacije, posebne turističke aktivnosti na otvorenom, turističke aktivnosti s edukativnim sadržajima. Osmišljavanje ostalih proizvoda destinacijske menadžment kompanije.
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.
	8.	2	Predavanja	Kalkulacija i definiranje cijene turističkih proizvoda destinacijske menadžment kompanije
		2	Seminari	1. kolokvij
	9.	2	Predavanja	Distribucija ili prodaja turističkih proizvoda destinacijske menadžment kompanije.
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.
	10.	2	Predavanja	Promocija turističkih proizvoda destinacijske menadžment kompanije.
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.
11.	2	Predavanja	Realizacija turističkih proizvoda destinacijske menadžment kompanije.	
	2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova	
12.	2	Predavanja	Obračun turističkih proizvoda destinacijske menadžment kompanije.	
	2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.	
13.	2	Predavanja	Financijsko poslovanje destinacijske menadžment kompanije.	
	2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.	
14.	2	Predavanja	Razvojni čimbenici destinacijskih menadžment kompanija: ljudski resursi i informacijska	

				tehnologija.		
		2	Seminari	Rad na zajedničkom studentskom projektu. Izlaganja seminarskih radova.		
	15.	2	Predavanja	Učimo na primjerima dobre prakse. Predstavljanje uspješnih destinacijskih menadžment kompanija.		
		2	Seminari	2. kolokvij		
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input checked="" type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> demonstracijske vježbe		
Obveze studenata	<ul style="list-style-type: none"> Nazočnost na predavanjima i seminarima u iznosu od najmanje 70% predviđene satnice (za izvanredne studente obveza je 50% nazočnosti). Položena 2 teorijska kolokvija (ili pisani ispit koji sadrži gradivo oba kolokvija). Izrada i prezentacija seminarskog rada. Aktivno sudjelovanje u zajedničkom studentskom projektu. 					
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	2 ECTS	Istraživanje	2,35 ECTS	Praktični rad	0,6 ECTS
	Ekperimentalni rad		Referat		Demonstracijske vježbe	
	Esej		Seminarski rad		Samostalno učenje	1,5 ECTS
	Kolokviji	0,3 ECTS	Usmeni ispit		Konzultacije i završni ispit	0,6 ECTS
	Pismeni ispit	0,15 ECTS	Projekt	0,6 ECTS	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	KONTINUIRANO VREDNOVANJE					
	Pokazatelji kontinuirane provjere			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
	<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>			70 - 100	5	
	<i>Prvi kolokvij</i>			50-100	25	
	<i>Drugi kolokvij</i>			50-100	25	
	<i>Izrada i prezentacija seminarskog rada</i>			50-100	30	
	<i>Aktivno sudjelovanje u zajedničkom studentskom projektu</i>			50-100	15	
	Studenti na prva dva ispitna roka (u lipnju i srpnju) polažu dio gradiva koji nisu položili tijekom semestra.					
	Na 3. i 4. ispitnom roku (u rujnu) studenti polažu gradivo u cijelosti.					
	ZAVRŠNA OCJENA					
Pokazatelji provjere - završni ispit			Uspješnost	Udjel u ocjeni		

(prvi i drugi ispitni termin)	A_i (%)	k_i (%)	
<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>	70-100	5	
<i>Prvi kolokvij</i>	50-100	25	
<i>Drugi kolokvij</i>	50-100	25	
<i>Izrada i prezentacija seminarskog rada</i>	50-100	30	
<i>Aktivno sudjelovanje u zajedničkom studentskom projektu</i>	50-100	15	
Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)	Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>	70 - 100	5	
<i>Teorijski ispit (pisani)</i>	50 - 100	50	
<i>Izrada i prezentacija seminarskog rada</i>	50 - 100	30	
<i>Aktivno sudjelovanje u zajedničkom studentskom projektu</i>	50 - 100	15	

Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:

$$Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$$

k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost,
 A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost,
 N - ukupan broj aktivnosti.

ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE		
Postotak	Kriterij	Ocjena
od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)
od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostatcima</i>	dobar (3)
od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)
od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)

	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	1. Stanić, M. (ur.) Destinacijske menadžment kompanije, Priručnik za razumijevanje poslovanja i uspješan marketing, UHPA, Zagreb, 2008.	1	
	2. Materijali i zabilješke s predavanja i vježbi		on-line (MOODLE)
Dopunska literatura	1. Lucijanović, L.: Organizacija receptivnih putničkih agencija, Veleučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2004.		

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Materijali sa seminara Projekt razvoja destinacijskih menadžment kompanija u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, Udruge hrvatskih putničkih agencija i Instituta za turizam održanog u Splitu 2013. 3. Cutvarić, M. i sur.: Porezi u praksi turističkih agencija, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2007. 4. Zakon o pružanju usluga u turizmu 5. Pravilnik o minimalno-tehničkim uvjetima i načinu pružanja usluga putničkih agencija 6. Pravilnik o identifikacijskom kodu putničke agencije.
<p>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). • Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik). • Nadzor izvođenja nastave (zamjenik pročelnika Odjela za nastavu, pročelnici odsjeka). • Kontinuirana provjera kvalitete svih parametara nastavnog procesa u skladu s Akcijskim planovima (pomoćnik pročelnika Odjela za kvalitetu). • Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete).
<p>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</p>	<p>DIP-ovi predmeta nalaze se unutar sustava za podršku nastavi (MOODLE) i dostupni su studentima i nastavnicima Odjela. Skraćeni izvedbeni programi - IP (hrvatska i engleska inačica) su u cilju javnosti informiranja izravno dostupni na web stranicama Odjela.</p>