



SILABUS KOLEGIJA

Akademski godina 2022./2023.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Praktikum za upravljanje doživljajem u turizmu I								
1.2. Studijski program	Specijalistički stručni diplomski studij Upravljanje doživljajem u turizmu								
1.3. Kratica kolegija	PUPDO	1.7. Godina studija	1.						
1.4. Šifra kolegija	EMT22406	1.8. Semestar	1./ zimski						
1.5. Status kolegija	Obvezni	1.9. ECTS	5						
1.6. Nastavno opterećenje	<table border="1"><thead><tr><th>Vrsta nastave</th><th>Ukupno sati</th></tr></thead><tbody><tr><td>Predavanja</td><td>0</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>60</td></tr></tbody></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	0	Vježbe	60	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	0								
Vježbe	60								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Romana Lekić	2.6. Suradnici na predmetu	Krešimir Dabo
2.2. Akademski stupanj	Dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	Dr. sc.
2.3. Zvanje	Prof. v. š. u trajnom zvanju	2.8. Zvanje	Viši predavač
2.4. Kontakt e-mail	romana.lekic@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	kresimir.dabo@bernays.hr
2.5. Konzultacije	Prema rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema rasporedu

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Cilj kolegija je primjena novog holističkog pristupa kvaliteti i zadovoljstvu gostiju, gdje će studenti proći kroz svojevrsan proces kako bi osloboditi svoje kreativne i inovativne potencijale, a radi uočavanja jedinstvenih prilika i artikuliranja inovativnih i kreativnih poduzetničkih ideja u turizmu koje će razvijati u originalne poduzetničke pothvate. Upoznati studente s vještinama „imagineeringa“ koji predstavlja set instrumenata koji potiču imaginaciju u ekonomiji emocija i koji je oblik marketinga iskustva koji odgovara osjetilima, emocijama i interkulturalnim vrijednostima.
3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.



3.3. Ishodi učenja	I1: Kreirati novi turistički doživljaj za odabranu destinaciju. I2: Izraditi prijedlog turističkog proizvoda s dodanom vrijednošću. I3: Osmisliti itinerer putovanja s naglaskom na sva osjetila posjetitelja. I4: Osmisliti i prezentirati kreativno turističko iskustvo s ciljem predstavljanja identiteta destinacije.																
3.4. Sadržaj kolegija	Terensko istraživanje grada Zagreba, Analiza destinacijskih resursa Zagreba Iskustvo specijaliziranih tura u Zagrebu s naglaskom na specijalizirane turističke ciljne skupine Povezivanje baštinskih, prirodnih, arhitektonskih resursa u destinaciji Kreativne tehnike u interpretaciji destinacije Storytelling i pričanje priča kao alat u predstavljanju turističkog proizvoda Tiflološki muzej i analiza interpretacije izložaka usmjerenih na sva osjetila posjetitelja Uključivanje marginaliziranih resursa u turistički doživljaj poput knjižnica, udruga i centara u kulturi Korištenje književnih, znanstvenih i povijesnih ličnosti u kreiranju turističkog doživljaja destinacije Osobitosti komunikacijskih aktivnosti u predstavljanju turističkog proizvoda i/ili destinacije Uloga medija i hotelske industrije u stvaranju percepcije kod posjetitelja i turista																
3.5. Vrste izvođenja nastave	x	x	x	x	x	x	x										
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	x	x	x	x	x	x	x										
3.7. Jezik izvođenja	Hrvatski jezik																
3.8. Obveze studenata	Pohađanje nastave je obavezno. Redovito pohađanje nastave značajno olakšava sagledavanja programa kolegija.																
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	2	3	3	3	3	3	3										
3.10. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i završnog ispita	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Vrsta ocjene</th> <th style="width: 50%;">Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Dolaznost na vježbe</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>2. Projekt</td> <td style="text-align: center;">70</td> </tr> <tr> <td>3. Praktični rad</td> <td style="text-align: center;">25</td> </tr> <tr> <td>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </tbody> </table>		Vrsta ocjene	Bodovi	1. Dolaznost na vježbe	5	2. Projekt	70	3. Praktični rad	25	Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100					
Vrsta ocjene	Bodovi																
1. Dolaznost na vježbe	5																
2. Projekt	70																
3. Praktični rad	25																
Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100																
3.11. Obvezna literatura	1. Lekić, R. (2017). <i>Upravljanje doživljajem</i> , Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment, Zagreb																



3.12. Dopunska literatura

1. Schmitt, B. H. (2003). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. Hoboken NJ, John Wiley and Sons.
2. Nijs, D. (2003). *Imagineering: Engineering for Imagination in the Emotion Economy*. U: *Creating a Fascinating World*. Breda, The Netherlands, NHTV.
3. Otto, J. E., Ritchie, J. B. (1996). The Service Experience in Tourism. *Tourism Management*, 17 (3), 165-174.
4. Schechner, R. (1988). *Performance Theory*. Routledge.
5. Grove, S. J., Fisk, R. P., Bitner, M.J. (1992). Dramatizing the Service Experience: A Managerial Approach in *Advances in Services Marketing and Management*. (Swartz, T. A., Brown, S. i Bowen, D. (ur.)) Greenwich, CT. JAI Press Inc. [pretiskano u Gabott, M. i Hogg, G. (1997) *Contemporary Services Marketing: A Reader*. Dryden Press]
6. Harris, R., Harris, K., Baron, S. (2003). Theatrical Service Experiences. *International Journal of Service Industry Management*, 14 (2), 184-199.
7. Csikszentmihalyi, M. (1992). *Flow: The Classic Work on How to Achieve Happiness*. Rider Paperbacks.
8. Smith, S., Wheeler, J. (2002). *Managing the Customer Experience: Turning Customers into Advocates*. Harlow, FT Prentice Hall

3.13. Načini praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa

