



Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Suzana Marković	
Naziv predmeta	Mjerenje kvalitete doživljaja	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studij „Menadžment u hotelijerstvu“	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa specifičnostima koncepta kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji i stjecanje znanja o tehnikama, metodama i modelima za dizajniranje, upravljanje i mjerenje kvalitete doživljaja.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Kritički prosuđivati koncepte iz područja mjerenja kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji i drugim uslužnim djelatnostima
2. Pravilno odabrati tehnike, metode, modele i ljestvice za mjerenje kvalitete doživljaja
3. Vrednovati postojeće turističke doživljaje i predložiti nove doživljaje u cilju unapređenja konkurentnosti i kvalitete poduzeća ili turističke destinacije
4. Osmisliti temu i nacrt istraživanja, izgraditi ljestvicu za mjerenje kvalitete doživljaja, prikupiti i analizirati prikupljene podatke primjenom metoda kvalitativne i kvantitativne analize
5. Kreirati kvantitativno i kvalitativno istraživanje
6. Donositi zaključke i prezentirati rezultate vlastitog istraživanja, te ih usporediti s prethodnim istraživanjima

1.4. Sadržaj predmeta

Konceptualizacija: Ekonomija doživljaja. Ekonomija dijeljenja. Kvaliteta usluga. Zadovoljstvo klijenta i lojalnost. Kvaliteta doživljaja. Turistički doživljaj i vrste. Osjetilni turistički doživljaj. Gastronomski turistički doživljaj. Kulturni doživljaj. Virtualni doživljaj.

Turistički doživljaj i nove tehnologije: Ekonomija dijeljenja i turistički doživljaj. Upravljanje turističkim doživljajem na društvenim mrežama. Produžena stvarnost (virtualna i proširena stvarnost).

Mjerenja kvalitete doživljaja: Izrada nacrta istraživanja. Izbor teme i istraživačka pitanja. Definiranje problema i ciljeva istraživanja. Izrada pregleda dosadašnjih istraživanja. Kreiranje ljestvice za mjerenje kvalitete doživljaja. Uzorak i prikupljanje podataka. Analiza kvalitativnih podataka. Analiza kvantitativnih podataka. Izrada izvješća.

Novi trendovi u istraživanju i mjerenju kvalitete doživljaja u turističkoj i hotelskoj industriji.							
1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo			
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Nastava će se izvoditi u obliku predavanja i seminara. Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati individualni i grupni zadaci, prezentirati rezultati istraživačkog projekta i sl. Prisustvovanje na predavanjima i seminarskoj nastavi će se evidentirati.							
1.8. Praćenje ¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	1,5	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marković, S. (2021). <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i>. (e-PREDAVANJA na Merlinu) 2. Dorčić, J. (2021). <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i>. (e-SEMINARI na Merlinu) 3. Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i>. Zagreb: Naklada ljevak. 4. Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (2. izmijenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Ekonomski fakultet 5. Vranešević, T., Pandža Bajs, I. & Mandić, M. (2018). <i>Upravljanje zadovoljstvom klijenata</i> (2. promjenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Accent 							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
<ol style="list-style-type: none"> 1. Brotherton, B. (2017). <i>Researching Hospitality and Tourism</i>. SAGE 2. Cai, L. A., & Alaedini, P. (Eds.). (2018). <i>Quality services and experiences in hospitality and tourism</i>. Emerald Group Publishing 3. Dixit, S. K. (Ed.). (2020). <i>The Routledge handbook of tourism experience management and marketing</i>. Routledge 4. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). <i>Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences</i>. Routledge 5. Gursoy, D., Uysal, M., Sirakaya-Turk, E., Ekinci, Y., Baloglu, S. (2015). <i>Handbook of Scales in</i> 							

¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.

Tourism and Hospitality Research. CABI

6. Malhotra, N. K. & Birks, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall
7. Matthews, B., Ross, L. (2010). *Research Methods: A practical guide for the social sciences*. Pearson
8. Nunan, D., Burks, D. F., Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research*. Pearson
9. Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. S. (Eds.) (2018). *Creating experience value in tourism* (2nd edition). CABI
10. Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Prentice Hall
11. Thomas, G. (2017). *How to do your research project: A guide for students*. SAGE

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Horvat, J. & Mijoč, J. (2019). <i>Istraživački SPaSS</i> . Zagreb: Naklada Ljevak.	13	
Marušić, M., Prebežec, D. & Mikulić, J. (2019). <i>Istraživanje turističkih tržišta</i> (2. izmjenjeno o dopunjeno izdanje). Zagreb: Ekonomski fakultet	20	
Marković, S. <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i> . (e-PREDAVANJA na Merlinu)	PDF	
Dorčić, J. <i>Mjerenje kvalitete doživljaja</i> . (e-SEMINARI na Merlinu)	PDF	
Vranešević, T., Pandža Bajs, I. & Mandić, M. (2018). <i>Upravljanje zadovoljstvom klijenata</i> (2.promjenjeno i dopunjeno izdanje). Zagreb: Accent.	5	

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.