



Opće informacije		
Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Suzana Marković	
Naziv predmeta	Istraživanje zadovoljstva klijenta	
Studijski program	Preddiplomski sveučilišni studij „Menadžment održivog razvoja“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	4. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

OPIS PREDMETA
<i>a) Ciljevi predmeta</i>
Cilj predmeta je stjecanje znanja o konceptu zadovoljstva klijenta, te upoznavanje s tehnikama, metodama i modelima za mjerenje i istraživanje ovih koncepata. Nakon odslušanog predmeta studenti će biti u mogućnosti: (1) razumjeti koncept zadovoljstva klijenta, očekivane vrijednosti i percipirane vrijednosti, (2) primijeniti temeljne tehnike i metode za istraživanje vrijednosti za klijente, (3) kritički sagledati faze razvoja za ocjenjivanje zadovoljstva klijenta, (4) analizirati i protumačiti podatke o zadovoljstvu gostiju u turizmu i hotelskoj industriji.
<i>b) Uvjeti za upis predmeta</i>
Položeni predmeti Marketing i Statistika.
<i>c) Očekivani ishodi učenja za predmet</i>
<i>Opće kompetencije:</i> (a) ovladavanje teorijskim spoznajama iz cjelina koje se izučavaju na predmetu, (b) osposobljavanje za samostalan i timski istraživački rad, (c) proširivanje i primjenjivanje usvojenih znanja, koncepata i modela u istraživanju i mjerenju zadovoljstva klijenata u turizmu i hotelskoj industriji, te u drugim uslužnim djelatnostima, (d) razvijanje vještine primjene i analize mjernih instrumenata, vještine odabira odgovarajućih statističkih metoda i tumačenje dobivenih rezultata statističke analize. <i>Specifične kompetencije:</i> (a) sposobnost provođenja istraživačkih zadataka na terenu, (b) unapređivanje vještina timskog rada i komuniciranja putem rada na zajedničkim i individualnim projektima, (c) analiziranje prikupljenih podataka, te tumačenje izračunatih statističkih pokazatelja.
<i>d) Sadržaj predmeta</i>
<i>Koncept zadovoljstva klijenta:</i> Pojam i definicija zadovoljstva klijenta. Teorije o zadovoljstvu klijenta. Odrednice zadovoljstva klijenta. Zadovoljstvo klijenta u turizmu i hotelskoj industriji. Dimenzije zadovoljstva klijenta u turizmu i hotelskoj industriji. <i>Čimbenici zadovoljstva klijenta:</i> Prethodnice ( <i>antecedents</i> ) i posljedice ( <i>consequences</i> ). Kvaliteta usluga. Očekivana vrijednost za klijente. Percipirana vrijednost. Imidž. Lojalnost klijenta. Pritužbe klijenata. Povezanost koncepta zadovoljstva klijenta s njegovim prethodnicama i posljedicama. <i>Mjerenje i istraživanje zadovoljstva klijenta:</i> Određivanje pojmova istraživanje i mjerenje. Dizajn upitnika. Ljestvice za mjerenje zadovoljstva klijenta. Tehnike mjerenja (pritužbe i prijedlozi, ankete, tajni kupci). Modeli za mjerenje zadovoljstva klijenta (modeli indeksa zadovoljstva klijenta). Ostali modeli za mjerenje zadovoljstva klijenta. Mjerenje i istraživanje zadovoljstva klijenta u turizmu i hotelskoj industriji (hotelski upitnici, HOLSAT i dr.). Primjena metoda statističke analize u mjerenju zadovoljstva klijenta. <i>Primjena:</i> Mjerenje zadovoljstva internih i eksternih klijenata primjenom odabranih tehnika i modela mjerenja. Razine mjerenja: razina djelatnosti (turizam, ugostiteljstvo, ostale «neturističke» djelatnosti) i selektivne turističke grane (wellness i zdravstveni turizam, seoska domaćinstva, nautički turizam, kongresni turizam, kulturni turizam), destinacijska razina, razina poduzeća – mikrorazina (hoteli, turističke agencije, restorani,



kampovi, privatni smještaj, hosteli, kafići, festivali, prijevoznici – autobusni, zračni, pomorski).							
e) Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <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		
f) Komentari							
g) Obveze studenata							
Redovito pohađanje nastave, istraživanje i završni pismeni ispit.							
h) Praćenje rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Kritički prikaz		Kontinuirana provjera znanja	0,75	Referat		Projektni zadatak	0,75
Portfolio							
i) 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.							
j) Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Vranešević, T., Upravljanje zadovoljstvom klijenta, Golden marketing, Zagreb, 2000. 2. Marušić, M., Prebežac, D., Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004.							
k) Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Vavra, T. G., Improving your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing and Reporting Customer Satisfaction Measurement Programs, ASQ Quality Press, Milwaukee, Wisconsin, 1997. 2. Grigoroudis, E., Siskos, Y., Customer Satisfaction Evaluation: Methods for Measuring and Implementing Service Quality, Springer Science and Business Media, LLC, New York, 2010 (poglavlje 7) 3. Hayes, B. E., Measuring Customer Satisfaction: Surveys Design, Use and Statistical Analysis and Methods, ASQ Quality Press, Milwaukee, Wisconsin, 2007. 4. Zeithaml, V., Parasuraman, A., Berry, L. L., Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and Expectations, The Free Press, NY, 1990. 5. Oliver, R. L., Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, McGraw-Hill, New York, 1997.							
l) 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 za kvalitetu Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu za kvalitetu Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							



***Sveučilište u Rijeci • University of Rijeka***

Trg braće Mažuranića 10 • 51 000 Rijeka • Croatia

T: (051) 406-500 • F: (051) 216-671; 216-091

W: [www.uniri.hr](http://www.uniri.hr) • E: [ured@uniri.hr](mailto:ured@uniri.hr)