



## Izvedbeni plan nastave (*syllabus*<sup>1</sup>)

<b>Sastavnica</b>	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti				<b>akad. god.</b>	2022./2023.					
<b>Naziv kolegija</b>	Ponašanje potrošača u turizmu				<b>ECTS</b>	6					
<b>Naziv studija</b>	Održivi razvoj turizma										
<b>Razina studija</b>	<input type="checkbox"/> preddiplomski		<input checked="" type="checkbox"/> diplomski		<input type="checkbox"/> integrirani		<input type="checkbox"/> poslijediplomski				
<b>Godina studija</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 1.		<input type="checkbox"/> 2.		<input type="checkbox"/> 3.		<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.			
<b>Semestar</b>	<input type="checkbox"/> zimski <input checked="" type="checkbox"/> ljetni		<input type="checkbox"/> I.		<input checked="" type="checkbox"/> II.		<input type="checkbox"/> III.	<input type="checkbox"/> IV.	<input type="checkbox"/> V.	<input type="checkbox"/> VI.	
<b>Status kolegija</b>	<input checked="" type="checkbox"/> obvezni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela			<b>Nastavničke kompetencije</b>	<input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> NE		
<b>Opterećenje</b>	15	<b>P</b>	30	<b>S</b>	-	<b>V</b>	<b>Mrežne stranice kolegija</b>		<input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE		
<b>Mjesto i vrijeme izvođenja nastave</b>	<a href="https://tikz.unizd.hr/raspor">https://tikz.unizd.hr/raspor</a>				<b>Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij</b>			hrvatski/engleski			
<b>Početak nastave</b>	27. 2. 2023.				<b>Završetak nastave</b>			9. 6. 2023.			
<b>Preduvjeti za upis</b>	-										
<b>Nositelj kolegija</b>	izv. prof. dr. sc. Božena Krce Miočić										
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:krceb@unizd.hr">krceb@unizd.hr</a>				<b>Konzultacije</b>	<a href="http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija">http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija</a>					
<b>Izvođač kolegija</b>	izv. prof. dr. sc. Božena Krce Miočić										
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:krceb@unizd.hr">krceb@unizd.hr</a>				<b>Konzultacije</b>	<a href="http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija">http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija</a>					
<b>Izvođač kolegija</b>	dr. sc. Gabrijela Vidić										
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:gvidic@unizd.hr">gvidic@unizd.hr</a>				<b>Konzultacije</b>	<a href="http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija">http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija</a>					
<b>Vrste izvođenja nastave</b>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja		<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice		<input type="checkbox"/> vježbe		<input checked="" 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		
<b>Ishodi učenja kolegija</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Predvidjeti i kritički prosuditi ponašanje potrošača na turističkom tržištu, s posebnim naglaskom na odlike održivog ponašanja.</li><li>• Formulirati smjernice za oblikovanje održivih destinacijskih proizvoda i doživljaja.</li><li>• Predložiti smjernice temeljem istraživanja ponašanja potrošača za izradu strateškog i operativnog marketinškog plana održivih turističkih destinacija.</li></ul>										

<sup>1</sup> Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preporučiti smjernice za upravljanje marketinškim aktivnostima održive turističke destinacije u digitalnom okruženju temeljem specifičnih obilježja turističke potražnje.</li> <li>• Prosuditi i argumentirati odabir mogućih razvojnih opcija održivih specifičnih oblika turizma sa stajališta pojedinih turističkih destinacija.</li> <li>• Preporučiti smjernice za oblikovanje konkretnih programa, projekata i aktivnosti razvoja održivih specifičnih oblika turizma temeljem specifičnih obilježja turističke potražnje.</li> <li>• Identificirati i kritički sagledati globalizacijske procese i trendove vezane za ponašanje potrošača te njihove učinke na održivi razvoj turizma.</li> <li>• Vrednovati, usporediti i odabrati relevantnu literaturu iz područja ponašanja potrošača u turizmu.</li> <li>• Samostalno oblikovati model istraživanja, odabrati i primijeniti prikladne metode istraživanja iz područja ponašanja potrošača u turizmu.</li> <li>• Argumentirano opravdati rješenje problema te interpretirati i prezentirati rezultate istraživanja iz područja ponašanja potrošača u turizmu.</li> </ul>				
<b>Ishodi učenja na razini programa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Održivo upravljati marketingom turističke destinacije.</li> <li>• Samostalno kritički procijeniti potencijale za razvoj specifičnih oblika turizma, osmisliti i predložiti adekvatne održive specifične oblike turizma.</li> <li>• Kritički prosuđivati utjecaje globalizacijskih procesa na turizam i samostalno osmisliti primjerene održive turističke proizvode i usluge u kontekstu globalizacijskih trendova.</li> <li>• Samostalno osmisliti, izraditi i obraniti istraživački rad.</li> </ul>				
<b>Načini praćenja studenata</b>	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input type="checkbox"/> domaće zadaće	<input type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input checked="" type="checkbox"/> istraživanje
	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input checked="" type="checkbox"/> eksperimentalni rad	<input checked="" type="checkbox"/> izlaganje	<input checked="" type="checkbox"/> projekt	<input type="checkbox"/> seminar
	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij(i)	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> usmeni ispit	<input type="checkbox"/> ostalo:	
<b>Uvjeti pristupanja ispitu</b>	<p>Redoviti studenti dužni su aktivno sudjelovati na ukupno 70 % predavanja i seminara te grupno izraditi, na vrijeme predati i izložiti pozitivno ocijenjen pisani projektni zadatak koji uključuje elemente istraživačkoga rada za potrebe izrade profila turističke potražnje temeljem specifičnih obilježja, a u svrhu predlaganja smjernice za oblikovanje održivih destinacijskih proizvoda i doživljaja. Studenti će pritom koristiti različite eksperimentalne metode i terenski rad.</p> <p>Izvanredni studenti dužni su sudjelovati na ukupno 30 % predavanja i/ili seminara i/ili konzultacija te grupno izraditi, na vrijeme predati i izložiti pozitivno ocijenjen pisani projektni zadatak koji uključuje elemente istraživačkoga rada za potrebe izrade profila turističke potražnje temeljem specifičnih obilježja, a u svrhu predlaganja smjernice za oblikovanje održivih destinacijskih proizvoda i doživljaja. Studenti će pritom koristiti različite eksperimentalne metode i terenski rad.</p> <p>Sve propisane obveze moraju biti izvršene do kraja ciklusa predavanja/seminara jer se time stječe pravo izlaska na završni pismeni ispit. Studenti koji ne izvrše sve obveze, nemaju pravo izlaska na završni pismeni ispit. Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2) temelj su za utvrđivanje sudjelovanja na nastavi. Studenti tijekom semestra mogu izaći na dva kolokvija, čime se mogu osloboditi završnoga pismenog ispita. Studenti su oslobođeni završnoga pismenog ispita ako polože oba kolokvija. Polaganjem završnoga pismenog ispita (ili kolokvija) student stječe pravo izlaska na završni usmeni ispit. Završni pismeni i usmeni ispit obuhvaćaju cjelokupno gradivo predmeta.</p>				
<b>Ispitni rokovi</b>	<input type="checkbox"/> zimski ispitni rok		<input checked="" type="checkbox"/> ljetni ispitni rok	<input checked="" type="checkbox"/> jesenski ispitni rok	



<b>Termini ispitnih rokova</b>	<a href="https://tikz.unizd.hr/ispitni-rokovi">https://tikz.unizd.hr/ispitni-rokovi</a>					
<b>Opis kolegija</b>	Cilj je kolegija da studenti steknu širok spektar znanja iz područja ponašanja potrošača na turističkom tržištu koji, između ostaloga, nastaju pod utjecajem različitih globalizacijskih procesa i trendova te o njihovu učinku na održivi razvoj turizma. U tu svrhu dat će se uvid u razvoj ponašanja potrošača te osnovne koncepte ponašanja potrošača, s posebnim naglaskom na turističko tržište i pitanja održivosti. Definirat će se osnovni pojmovi i vrste motivacije u turizmu te odrednice koje utječu na ponašanje potrošača u turizmu, kao i druga specifična znanja vezana za karakteristike turističke potražnje. Poznavanje obilježja ponašanja potrošača predstavlja temelj za razvoj uspješnih održivih turističkih proizvoda i stvaranje konkurentne prednosti na turističkom tržištu temeljene na različitim stupovima održivosti.					
<b>Sadržaj kolegija (nastavne teme)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Povijest ponašanja potrošača.</li> <li>2. Osnovni koncepti u ponašanju potrošača.</li> <li>3. Motivacija u turizmu.</li> <li>4. Čimbenici koji utječu na ponašanje potrošača u turizmu.</li> <li>5. Modeli donošenja odluke o kupnji u turizmu.</li> <li>6. Tipologija turista i segmentacija turističkog tržišta.</li> <li>7. Globalna obilježja turističke potražnje.</li> <li>8. Nacionalne razlike turističke potražnje.</li> <li>9. Specifična obilježja potražnje u različitim segmentima turističkog tržišta i različitim sektorima u turizmu.</li> <li>10. Percepcije, očekivanja i zadovoljstvo.</li> <li>11. Klimatske promjene, održivost i ponašanje potrošača u turizmu.</li> <li>12. Krize, katastrofe i ponašanje potrošača u turizmu.</li> <li>13. Turisti s invaliditetom.</li> <li>14. Uloga informacijsko-komunikacijskih tehnologija na ponašanje potrošača.</li> <li>15. Zakonodavna zaštita potrošača na turističkom tržištu.</li> <li>16. Budući trendovi u ponašanju potrošača u održivom turizmu.</li> </ol>					
<b>Obvezna literatura</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Horner, S. i Swarbrooke, J. (2020). Consumer Behaviour in Tourism. 4th Edition. London: Routledge. – odabrana poglavlja</li> <li>2. Weeden, C. (2014). Responsible Tourist Behaviour. 1st Edition. London: Routledge. – odabrana poglavlja</li> <li>3. Kumar Dixit, S. (2017). The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism. 1st Edition. London: Routledge. – odabrana poglavlja</li> <li>4. Materijali postavljeni na sustavu za e-učenje</li> </ol>					
<b>Dodatna literatura</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Swarbrooke, J. i Horner, S. (2007). Consumer Behaviour in Tourism. 2nd Edition. Oxford: Butterworth-Heinemann.</li> <li>2. Kaye Chon, S., Pizam, A. i Mansfeld, Y. (ur.) (1999). Consumer Behavior in Travel and Tourism. New York: Routledge.</li> <li>3. Font, X. i McCabe, S. (2018). Marketing for Sustainable Tourism. 1st Edition. London: Routledge.</li> <li>4. M. R. Solomon, G. J. Bamossy, S. Askegaard i Hogg, M. K. (2015). Ponašanje potrošača. Europska slika. 4. izdanje. Zagreb: MATE d.o.o.</li> </ol>					
<b>Mrežni izvori</b>	<a href="https://moodle.srce.hr/">https://moodle.srce.hr/</a>					
<b>Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)</b>	Samo završni ispit					
	<input type="checkbox"/> završni pismeni ispit		<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit		<input checked="" type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit	
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadaće	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij / zadaća i završni ispit	<input type="checkbox"/> seminarSKI i rad	<input checked="" type="checkbox"/> seminarSKI rad i završni ispit	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> drugi oblici



<b>Način formiranja završne ocjene (%)</b>	Završna se ocjena formira tako da 30 % čini aktivno sudjelovanje na nastavi, terenskom radu i eksperimentalnom radu, 30 % projektni zadatak, 30 % pismeni ispit (koji se može zamijeniti i polaganjem kolokvija), 10 % usmeni ispit.	
<b>Ocjenjivanje kolokvija i završnog ispita (%)</b>	0 - 59	% nedovoljan (1)
	60 - 69	% dovoljan (2)
	70 - 79	% dobar (3)
	80 - 89	% vrlo dobar (4)
	90 - 100	% izvrstan (5)
<b>Način praćenja kvalitete</b>	<input checked="" type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini Sveučilišta <input type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini sastavnice <input checked="" type="checkbox"/> interna evaluacija nastave <input checked="" type="checkbox"/> tematske sjednice stručnih vijeća sastavnica o kvaliteti nastave i rezultatima studentske ankete <input type="checkbox"/> ostalo	
<b>Napomena / Ostalo</b>	<p>Sukladno čl. 6. <i>Etičkog kodeksa</i> Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, „od studenta se očekuje da pošteno i etično ispunjava svoje obveze, da mu je temeljni cilj akademska izvrsnost, da se ponaša civilizirano, s poštovanjem i bez predrasuda“.</p> <p>Prema čl. 14. <i>Etičkog kodeksa</i> Sveučilišta u Zadru, od studenata se očekuje „odgovorno i savjesno ispunjavanje obveza. [...] Dužnost je studenata/studentica čuvati ugled i dostojanstvo svih članova/članica sveučilišne zajednice i Sveučilišta u Zadru u cjelini, promovirati moralne i akademske vrijednosti i načela. [...] Etički je nedopušten svaki čin koji predstavlja povredu akademskog poštenja. To uključuje, ali se ne ograničava samo na:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- razne oblike prijevare kao što su uporaba ili posjedovanje knjiga, bilježaka, podataka, elektroničkih naprava ili drugih pomagala za vrijeme ispita, osim u slučajevima kada je to izrijeком dopušteno;</li><li>- razne oblike krivotvorenja kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvorenje rezultata ispita“.</li></ul> <p>Svi oblici neetičnog ponašanja rezultirat će negativnom ocjenom u kolegiju bez mogućnosti nadoknade ili popravka. U slučaju težih povreda primjenjuje se <a href="#">Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru</a>.</p> <p>U elektroničkoj komunikaciji bit će odgovarano samo na poruke koje dolaze s poznatih adresa s imenom i prezimenom te koje su napisane hrvatskim standardom i primjerenim akademskim stilom.</p> <p>U kolegiju se koristi Merlin, sustav za e-učenje, pa su studentima/cama potrebni AAI računari.</p>	