

1. OPĆE INFORMACIJE			
1.1. Naziv kolegija	Menadžment kongresnog turizma	1.6. Semestar	3
1.2. Nositelj kolegija	Dr.sc. Marina Gregorić, v. pred.	1.7. Bodovna vrijednost (ECTS)	4
1.3. Suradnici		1.8. Način izvođenja nastave (broj sati P+V+S+e-učenje)	15P+15V+S15
1.4. Studijski program (stručni, specijalistički diplomski stručni studij)	Specijalistički studij Menadžment turizma i sporta	1.9. Kratica kolegija	MKT
1.5. Status kolegija (O, I)	Izborni (I)	1.10. Šifra kolegija	
2. OPIS KOLEGIJA			
2.1. Ciljevi kolegija	Predmet omogućava studentima da spoznaju ulogu i značaj kongresnog turizma kao važnog motivacijskog čimbenika za dolazak poslovnih turista u destinaciju. Studenti će razumjeti kompatibilnost kongresnog turizma s odmorišnim turizmom. Osim toga će se upoznati s poslovanjem profesionalnog kongresnog organizatora te s problematikom i dobrim praksama kongresne djelatnosti u zemlji i inozemstvu.		
2.2. Uvjeti za polaganje kolegija i ulazne kompetencije koje su potrebne za kolegij, korelativnost i korespondentnost s drugim kolegijima	Nema		
2.3. Očekivani ishodi učenja na razini kolegija (4-10 ishoda učenja)	<p>Očekuje se da će student nakon odslušanog kolegija Menadžment kongresnog turizma moći:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preispitati značenje poslovnog turizma u poslovnom turizmu. R6 2. Proučiti elemente MICE destinacije R6 3. Formulirati kongresni turizam i kongresne djelatnosti R5 4. Preispitati značaj kongresnog turizma u Republici Hrvatskoj R6 5. Utvrditi značaj infrastrukture kao čimbenika turističke destinacije R6 6. Ocijeniti temeljne teorijske i aplikativne probleme u organizaciji kongresa u sklopu poslovnog turizma. R6 7. Preispitati specifičnosti različitih vrsta kongresa. R6 8. Kreirati kongres sa svim njegovim elementima. R7 9. Utvrditi posrednike i sudionike kongresnog turizma. R6 10. Preispitati trendove koji su zastupljeni u kongresnom turizmu. R6 		
2.4. Sadržaj kolegija detaljno razrađen prema satnici nastave (kalendar nastave)	Datum	Teme i ishodi	Satnica
	1.	Uvod u kolegij i detaljni izvedbeni plan nastave.	1+1+1
		<i>Uvodne informacije o kolegiju, upoznavanje studenata s uvjetima i načinima polaganja kolegija</i>	
2.	Poslovni turizam kao selektivni oblik turizma (Ishod 1)	1+1+1	

	<i>Primjeri poslovnog turizma destinacije</i>	
	Student će moći utvrditi značenje poslovnog turizma. Raščlaniti vrste poslovnih putovanja. Usporediti poslovne sastanke i kongrese. Utvrditi povezanost između poslovnog turizma i turizma radi odmora.	
3.	Specifičnosti poslovnog turizma (Ishod 1)	1+1+1
	<i>Studija slučaja</i> Student će moći preispitati strukturu poslovnog turizma i putovanja. Utvrditi specifičnosti vezane uz kongresni turizam	
4.	MICE i njegovi sastavni elementi (Ishod 2)	1+1+1
	<i>Analiza MICE destinacija</i> Student će moći utvrditi značenje MICE industrije. Analizirati MICE destinaciju. Usporediti sastanke, sjednice, kolegije i seminare.	
5.	Kongresni turizam i njegova definicija (Ishod 3)	1+1+1
	<i>Studija slučaja</i> Student će moći utvrditi obuhvat pojma kongresni turizam. Klasificirati poslovne skupove prema definiciji, sadržaju i poslovnom obuhvatu. Preispitati karakteristike kongresa. Utvrditi preuvjete kongresa. Utvrditi značaj ICCA. Procijeniti važnost poslovnih skupova u Republici Hrvatskoj. Ocijeniti konkurenciju Hrvatskoj u kongresnom turizmu.	
6.	Kongresna djelatnost i turistička destinacija (Ishod 3)	1+1+1
	<i>Primjeri kongresnih destinacija u svijetu</i> Student će moći preispitati uvjete turističke destinacije za organizaciju velikog međunarodnog skupa. Utvrditi elemente destinacije kongresnog turizma. Vrijednovati ekonomske učinke kongresnog turizma. Usporediti sudionike kongresnog turizma.	
7.	Kongresni turizam Hrvatske (Ishod 4)	1+1+1
	<i>Analiza dosadašnjeg kongresnog turizma u Hrvatskoj</i> Student će moći preispitati održavanje kongresa u Hrvatskoj. Usporediti kongrese koji se održavaju u Hrvatskoj i njihove karakteristike. Ocijeniti kongresni turizam u Hrvatskoj.	
8.	Infrastruktura kao čimbenik turističke destinacije (Ishod 5)	1+1+1
	<i>1. kolokvij. (Ishodi 1, 2, 3, 4)</i> Student će moći preispitati važnost infrastrukture u turističkoj destinaciji. Ocijeniti infrastrukturu turističke destinacije u Hrvatskoj.	
9.	Pretpostavke razvoja infrastrukture za kongresni turizam (Ishod 5)	1+1+1
	<i>Studija slučaja.</i> Student će moći na primjeru iz prakse ocijeniti infrastrukturu koja se koristi u turističkoj destinaciji.	
10.	Razvijanje kongresne komunikacije (Ishod 6)	1+1+1
	<i>Studija slučaja</i> Student će moći na primjeru iz prakse utvrditi značaj kongresne komunikacije. Preporučiti načine	

		poboljšanja komunikacije. Predvidjet probleme koji bi se mogli dogoditi u kongresnoj komunikaciji.	
	11.	Vrste kongresa i njihov značaj. (Ishod 7) <i>Primjeri različitih vrsta kongresa i njihove specifičnosti</i> Student će moći usporediti različite vrste kongresa. Utvrditi specifičnosti različitih vrsta kongresa. Preispitati organizaciju različitih vrsta kongresa na primjeru iz prakse.	1+1+1
	12.	Organizacija kongresne djelatnosti i odabir destinacije (Ishod 8) <i>Izrada i organizacija kongresa</i> Student će moći ocijeniti najbolju destinaciju za organizaciju kongresa. Utvrditi način organizacije kongresa. Predložiti način organizacije kongresa te prezentirati isti.	1+1+1
	13.	Posrednici u kongresnom turizmu (Ishod 9) <i>Izrada i organizacija kongresa</i> Student će moći utvrditi posrednike u kongresnom turizmu. Procijeniti značaj posrednika u kongresnom turizmu. Predložiti način organizacije kongresa te prezentirati isti.	1+1+1
	14.	Kupci i dobavljači kongresnog turizma (Ishod 9) <i>Prezentacija organizacije kongresa</i> Student će moći utvrditi sudionike u kongresnom turizmu. Procijeniti značaj sudionika u kongresnom turizmu. Predložiti način organizacije kongresa te prezentirati isti.	1+1+1
	15.	Trendovi kongresnog turizma (Ishod 10) <i>2. kolokvij. (Ishodi 5, 6, 7, 8, 9, 10)</i> Student će moći ocijeniti nove trendove kongresnog turizma na primjerima iz prakse. Podjela potpisa.	1+1+1
2.5. Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <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 upisati)	2.6. Komentari:
2.7. Obveze studenata	<p>Redoviti studenti trebaju prisustvovati na barem 70% od ukupnog broja sati predavanja i na barem 70% od ukupnog broja sati vježbi da bi se ostvarilo pravo na potpis.</p> <p>Izvanredni studenti trebaju prisustvovati na barem 50% od ukupnog broja sati predavanja i na barem 50% od ukupnog broja sati vježbi da bi se ostvarilo pravo na potpis.</p> <p>Uvjet za polaganje kolegija je izrađen seminarski rad. Ukoliko student ne ostvari predviđene uvjete nema pravo na potpis i polaganje kolegija</p> <p>Svi studenti (redovni i izvanredni) mogu birati između dvije opcije za polaganje ispita koje su pojašnjene u nastavku.</p>		

Opcija A. Polaganje ispita putem kolokvija

Da bi ostvarili pravo polaganja ispita putem kolokvija, od studenata se očekuje da:

- aktivno sudjeluju na nastavi (rješavaju studije slučaja, vježbe i kratke zadaće), te
- izrade i prezentiraju turističku destinaciju (upute u nastavku).

Timska prezentacija organizacije kongresa izrađuje se u grupama od 2-3 studenta. Grupe svoj sastav i temu odabrane teme kongresa prijavljuju u drugom terminu nastave vježbi i seminara. Studenti pripremaju organizaciju kongresa i prezentiraju vrstu kongresa, ciljnu skupinu, budžet, mjesto održavanja i prostor održavanja kongresa te sve ostale elemente predviđene planom organizacije kongresa.

Cilj je da se studente potakne na inovativno i kreativno promišljanje, a ne kopiranje postojećih rješenja.

Način bodovanja ovakvog načina polaganja ispita prikazan je u nastavku.

Opcija B. Izlazak na redovni ispitni rok

Ako se studenti ne odluče aktivno zalagati na nastavi, izlaze na redovni ispitni rok. Uvjet za prolaznu ocjenu je ostvarenih 50% bodova iz ispita.

Uvjet za izlazak na redovni ispitni rok izrada je prezentacije organizacije kongresa opsega 15-25 slajdova sljedećeg sadržaja:

1. Opis kongresa (teme, sadržaj, ciljevi, datum održavanja, itd.)
2. Sudionici / ciljano tržište sudionika - posjetitelja
3. Sudionici / ciljana skupina sudionika – izlagača, predavača, govornika
4. Marketinški ciljevi – opis ciljeva (kome je namijenjen kongres i koje ciljeve treba ostvariti)
5. Način marketinškog pristupa (komunikacija/privaćenje sudionika)
6. Korištenje posrednika od strane ponude (opis aktivnosti, uloga, cijene)
7. Odabir destinacije s argumentacijom
8. Odabir kongresnog centra, hotela, mjesta održavanja kongresa s argumentacijom
8. Cijena kongresa pojedinačno/za grupe i sl.
9. Organizacija izleta za sudionike (prijedlog izleta)
10. Zaključak
11. Literatura

Tema prezentacije prethodno se dogovara s predavačicom, a rad se predaje najmanje dva tjedna prije ispitnog roka.

2.8. Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj</i>)	Pohađanje nastave	1,5	Pisani ispit	2	Projekt	0,5
	Eksperimentalni rad		Istraživanje		Praktični rad	
	Esej		Referat		Kontinuirana provjera znanja	

vrijednosti kolegija)	Kolokviji		Seminarski rad		(ostalo upisati)	
	Aktivnost u nastavi		Usmeni ispit		(ostalo upisati)	
2.9. Radno opterećenje studenata	<p>Studenti moraju sudjelovati na 45 školskih sati nastave što je predviđeno ECTS bodovima – 4 ECTS. Osim na nastavi, studenti se samostalno pripremaju za ispite/kolokvije.</p> <p>Radno opterećenje studenata po svim osnovama iznosi 1 ECTS bod 30 sati rada u semestru.</p> <p>Opterećenje studenata za 4 ECTS boda na predmetnom kolegiju iznosi:</p>					
	Obveza			Sati (procjena)		
	Pohađanje nastave			45		
	Projekt			15		
	Priprema za kolokvije i/ili ispite, samostalno učenje obvezne literature			60		
2.10. Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Opcija A. Način ocjenjivanja i vrednovanja rada:					
	Aktivnost	Maksimalan broj bodova				
	Projektni zadatak	30				
	- ocjena predavačice	(25)				
	- ocjena kolega	(5)				
	Zalaganje na nastavi	10				
	Prvi kolokvij	30				
	Drugi kolokvij	30				
	UKUPNO	100				
	Opcija B. Način ocjenjivanja i vrednovanja rada:					
Aktivnost	Maksimalan broj bodova					
Prezentacija	40					
Pismeni ispit	60					
UKUPNO	100					
Broj ukupno sakupljenih bodova	Konačna ocjena					
92 – 100	izvrstan (5)					
81 – 91	vrlo dobar (4)					
66 – 80	dobar (3)					
51 – 65	dovoljan (2)					

	do 50	nedovoljan (1)
2.11. Obvezna literatura (OL u kalendaru nastave)	Red.br.	Naziv
		Nema
	1.	Čorak, S., Mikačić, V. (2006). <i>Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno</i> . Zagreb. Institut za turizam.
	2.	Magaš, D. (2000). <i>Razvoj hrvatskog turizma – koncepcija dugoročnog razvoja</i> . Rijeka. Adamić.
	3.	Gregorić, M. (2014). <i>PESTEL Analysis of Tourism Destinations in the Perspective of Business Tourism (MICE). U Tourism & hospitality industry 2014: new trends in tourism and hospitality management: congress proceedings: Vol. 21. 22nd International Congress Tourism & Hospitality Industry 2014 (str. 551-565)</i> . Opatija: University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management. Dostupno na http://www.fthm.uniri.hr/files/Kongresi/THI/Papers/2014/THI_May2014_551to565.pdf ; https://econpapers.repec.org/scripts/search.pf?ft=gregori%C4%87%2C+marina
2.12. Dopunska literatura (DL u kalendaru nastave)	Red.br.	Naziv
	1.	Davidson, R. (2000). <i>Business travel</i> . London: Addison Wesley Longman.
	2.	Gregoric, M., Nađ, M. i Gregoric, M. (2017). Potential of Congress Tourism in the Republic of Croatia in Comparison to Neighbouring Destinations. <i>Acta Economica Et Turistica, 2 (2), 195-209</i> . DOI: https://doi.org/10.1515/aet-2016-0017
	3.	Gregorić, M. (2011). Marketing poslovnoga turizma destinacije (Doktorska disertacija). Sveučilište u Rijeci. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija
	4.	Šušić, V. i Mojić, J. (2015). Congress tourism as a market niche of business tourism. <i>Economic themes</i> , vol. 52 (4)
3. DODATNE INFORMACIJE O KOLEGIJU		
3.1. Pohađanje nastave	Redovni studenti trebaju prisustvovati na barem 70% od ukupnog broja sati predavanja i na barem 70% od ukupnog broja sati seminarske nastave da bi ostvarili pravo na potpis. Preporučeno je da studenti aktivno sudjeluju u nastavi što podrazumijeva sudjelovanje u raspravama, rješavanje studija slučajeva, izradu projektnog zadatka i sl. Izvanredni studenti u odvojenim grupama od redovnih studenata pohađaju predavanja i seminarsku nastavu u fondu od 50% satnice redovnih studenata bez obzira na nastavni plan i program.	
3.2. Kontaktiranje s nastavnikom	Studenti mogu kontaktirati s nastavnikom tijekom termina konzultacija (dva sata tjedno) i za vrijeme nastave. Moguće je postaviti pitanja i e-mailom ukoliko na ista nije odgovoreno tijekom predavanja, ili ona nisu dostupna u uputama, silabusu i na oglasnoj ploči (web stranicama) Veleučilišta. Odgovore na takva pitanja studenti će dobiti u roku od najkasnije 5 radnih dana (osim u vrijeme vikenda ili godišnjeg odmora kada se neće odgovarati na ista). Preporuča se da studenti redovito pohađaju nastavu, prate obavijesti na Loomen-u u okviru kolegija te prate obavijesti na web stranici Veleučilišta kako bi se na vrijeme	

	informirali o svim važnim detaljima kolegija.
3.3. Informiranje o kolegiju	Obveza svakog studenta je redovito se informirati o odvijanju nastave. Poželjno je o tijeku nastave pitati studente ili profesora. Sve obavijesti o održavanju ili eventualnoj odgodi nastave bit će izvještene na web stranici Veleučilišta minimalno 24 sati ranije (osim u iznimnim i hitnim situacijama isti dan).
3.4. Pisani radovi	Prezentacije i pristupni radovi moraju biti pisani računalom i moraju slijediti unaprijed zadan sadržaj.
3.5. Ostalo (dodati po potrebi)	/