

NAZIV KOLEGIJA	Ekonomija doživljaja i turizam	
Studijski program	Stručni diplomski studij Menadžment, modul Destinacijski menadžment	
Nositelj kolegija	Osobe koje ispunjavaju uvjete utvrđene Zakonom o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti	
Status kolegija	Obavezni	
Godina	1. godina (2. semestar)	
Bodovna vrijednost i oblik izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	45 (30P + 0V + 15S)
OPIS KOLEGIJA		
<i>Ciljevi kolegija</i>		
• Upoznati studente/studentice s pojmom i teorijom ekonomije doživljaja. • Osvijestiti značaj autentičnih doživljaja u stvaranju prepoznatljivih turističkih proizvoda. • Kreirati nove turističke proizvode temeljene na autentičnim doživljajima.		
<i>Uvjeti za upis kolegija</i>		
Temeljna znanja iz osnova turizma stečena na prijediplomskoj razini studija kroz kolegij „Teorija i organizacija ruralnog turizma“ ili neki drugi srodni kolegij koji daje ekvivalentno predznanje,		
<i>Očekivani ishodi učenja za kolegij</i>		
IU1: Opisati osnovna obilježja ekonomskog okruženja koje je dovelo do razvoja ekonomije doživljaja. IU2: Objasniti važnost inovacija u isporuci doživljajnih vrijednosti proizvoda turističke destinacije i pojedinačnih turističkih proizvoda. IU3: Razumjeti važnost autentičnih iskustava i doživljaja unutar integralnog turističkog proizvoda kao sredstva za postizanje konkurentskih prednosti na turističkom tržištu. IU4: Razvijati turističke proizvode kreativnim idejama temeljenim na autentičnim doživljajima. IU5: Upravlјati turističkim proizvodom s ciljem isporuke autentičnih iskustava i doživljaja turistima i posjetiteljima.		
<i>Sadržaj kolegija</i>		
Ekonomija doživljaja kao nova paradigma u ekonomskoj teoriji. Gillmore i Pine-ova teorija ekonomije doživljaja i njena primjena u turizmu. Snaga iskustava i doživljaja u isporuci dodatnih vrijednosti za krajnjeg korisnika. Doživljaji kao sredstvo pozicioniranja proizvoda i podizanje konkurentskih prednosti. Važnost isporuke novih iskustava i doživljaja kao integralnoga dijela proizvoda turističke destinacije. Inovativnost i kreativnost u turizmu doživljaja. Važnost umrežavanja dionika u destinaciji za stvaranje autentičnog turističkog doživljaja. Turizam posebnih interesa u svjetlu ekonomije doživljaja. Kreativni turizam – turizam posebnih turističkih iskustava. Interpretacija autentičnih iskustava temeljenih na nasljeđu i tradicijskim vrijednostima. Razvoj inovativnih turističkih proizvoda destinacije temeljenih na isporuci autentičnih doživljaja i iskustava turistima i posjetiteljima.		
<i>Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</i>		
Ocjenjivanje se temelji na vrednovanju usvojenosti ishoda učenja na kolegiju. Ocjenjivanje se provodi kontinuirano tijekom nastave i/ili na ispitnom roku, u skladu s odredbama Pravilnika o načinu ocjenjivanja i vrednovanja rada studenata Veleučilišta u Virovitici i Izvedbenim planom nastave.		