



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detailed Course Syllabus

**Academic year:**

2025/2026

**Semester:**

Summer semester

**Study programme:**

Komunikologija (R)  
(elective)

**Year of study:**

1

## I. BASIC COURSE INFORMATION

**Name:** Upravljanje komunikacijama u turizmu

**Abbreviation:** IZBP279

**ECTS:** 4

**Code:** 288370

**Prerequisites:** No

*Total Course Workload*

**Teaching Mode**

**Total Hours**

Lecture

30

Seminar

15

**Class Time and Place:** HKS - according to the published schedule

## II. TEACHING STAFF

*Course Holder*

**Name and Surname:** Maleš Dražen

**Academic Degree:**

**Professional Title:** docent

**Contact E-mail:**

[drazen.males@unicath.hr](mailto:drazen.males@unicath.hr)

**Telephone:**

**Office Hours:** According to the published schedule

*Course Assistant*

## III. DETAILED COURSE INFORMATION

**Teaching Language:** Hrvatski

<b>Course Description</b>	<p>Kolegij Upravljanje komunikacijama u turizmu uvodi studente u temeljne pojmove turizma i turističke industrije te ulogu komunikacije u oblikovanju destinacijskih iskustava. Polazeći od razvoja turizma i suvremenih trendova, obrađuju se kulturna i prirodna baština kao komunikacijski resurs, dionici i organizacijske strukture (DMO/TZ, udruženja, poduzeća) te komunikacija lokalnih pružatelja usluga. Posebna se pažnja posvećuje odnosu medija i turizma, marketinškim i sponzorskim praksama, brendiranju i reputacijskom upravljanju destinacija, kao i digitalnoj komunikaciji te ulogama publika, recenzija, influencera i zajednica putnika. Naglasak je na razumijevanju sustava, kritičkoj analizi komunikacijskih praksi i osmišljavanju održivih, odgovorno oblikovanih strategija promocije destinacije iz perspektive turističke organizacije.</p>	
<b>Educational Outcomes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objasniti temeljne pojmove turizma i turističke industrije te opisati povijesni razvoj i ključne suvremene trendove.</li> <li>• Analizirati dionike i komunikacijske procese u turizmu te razlikovati organizacijske strukture i protokole (DMO/TZ, udruženja, poduzeća).</li> <li>• Vrednovati kulturnu i prirodnu baštinu kao komunikacijski resurs te primijeniti osnovna načela interpretacije u oblikovanju poruka.</li> <li>• Objasniti odnose medija i turizma (medijizacija, reprezentacije) i procijeniti njihove implikacije na iskustvo putnika i imidž destinacije.</li> <li>• Planirati integriranu marketinšku komunikaciju i sponzorske/partnerske modele za destinaciju, uz usklađivanje poruka i kanala s ciljnim publikama te uključivanje lokalnih pružatelja usluga.</li> <li>• Primijeniti koncepte destinacijskog upravljanja (DMO modeli, životni ciklus destinacije) u komunikacijskom planiranju.</li> <li>• Osmisliti i prilagoditi digitalne sadržaje i raspored objava (web/SEO, društvene mreže, mobilno i live) u skladu s ciljevima destinacije.</li> <li>• Provesti analitički mini-projekt: izraditi audit komunikacijskih praksi odabrane destinacije i sažeti prijedlog strategije promocije iz perspektive turističke zajednice te prezentirati nalaze.</li> </ul>	
<i>Textbooks and Materials</i>		
<b>Required</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• McCabe, S. (2008). Marketing communications in tourism and hospitality: Concepts, strategies and cases. Butterworth-Heinemann.</li> <li>• McCabe, S. (ed.). (2014). The Routledge handbook of tourism marketing. Routledge.</li> <li>• Sigala, M., Christou, E., Gretzel, U. (2012). Social media in travel, tourism and hospitality: theory, practice and cases. Ashgate.</li> <li>• Walton, J. K. (2005). Histories of tourism: Representation, identity and conflict. Channel View Publications.</li> </ul>	
<b>Supplementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bartoluci, M., Škorić, S., Andrijašević, M. (2021). Menadžment sportskoga turizma i njegovih srodnih oblika. Narodne novine.</li> <li>• Jaworski, A., &amp; Pritchard, A. (Eds.). (2005). Discourse, communication and tourism. Channel View Publications.</li> <li>• Månsson, M., Buchmann, A., Cassinger, C., &amp; Eskilsson, L. (Eds.). (2020). The Routledge Companion to Media and Tourism. Routledge.</li> </ul>	
<i>Examination and Grading</i>		
<b>To Be Passed DA</b>	<b>Exclusively Continuous Assessment NE</b>	<b>Included in Average Grade DA</b>
<b>Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu.</li> <li>2. Uredno izvršene seminarske obveze – izrada i izlaganje projekta.</li> <li>3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno kroz projektni zadatak i dva kolokvija.</li> </ol>	

**Examination Manner** Nastavne aktivnosti – izlaganje projektnog zadatka; 1. kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni).

**Grading Manner**

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada je:

dovoljan (2) – 50–64,9%

dobar (3) – 65–79,9%

vrlo dobar (4) – 80–89,9%

izvrstan (5) – 90% i više

Način stjecanja ocjene:

1) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene

a) projektni zadatak – max. 20%

b) 1. kolokvij – max. 25%

c) 2. kolokvij – max. 25%

2) Završni ispit – 30% ocjene

**Detailed Overview of Grading within ECTS**

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Izlaganje projektnog zadatka	0.56	20
Kolokvij - međuispit	0.70	25
Kolokvij - međuispit	0.70	25
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>3.16</b>	<b>70</b>
Završni ispit	0.84	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>4.00</b>	<b>100</b>

**Midterm exam dates:**

**Exam period dates:**

**IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE**

[Predavanja]

#	Topic
---	-------

1	Uvodno predavanje
2	Temeljni pojmovi turizma i turističke industrije
3	Povijesni razvoj turizma i suvremeni trendovi
4	Kulturna i prirodna baština kao turistički i komunikacijski resurs
5	Specifični oblici turizma: aktivni, pustolovni, manifestacije i događaji, gastronomski, ljetni, zimski
6	Dionici komunikacije u turizmu: vrste turističkih organizacija, zajednica i udruženja, strukture i protokoli
7	Komunikacija lokalnih pružatelja usluga: obiteljski smještaj, OPG-ovi i mikro poduzeća
8	Prvi kolokvij
9	Marketing i sponzorstva u turizmu: integrirana marketinška komunikacija, oglašavanje i partnerstva
10	Mediji i turizam: medijalizacija, reprezentacije i utjecaj na iskustva putnika
11	Mediji i turizam: medijalizacija, reprezentacije i utjecaj na iskustva putnika
12	Turističke destinacije: upravljanje (DMO modeli) i životni ciklus destinacije
13	Brendiranje i reputacijski menadžment destinacija: identitet, narativ, arhitektura brenda, mjerenje imidža
14	Digitalna komunikacija u turizmu
15	Publike u stvaranju sadržaja: recenzije, influenceri, zajednice putnika
<i>[Seminari]</i>	
<b>#</b>	<b>Topic</b>
1	Uvodno predavanje
2	Uvod u projektni zadatak
3	Izlaganje projektnih zadataka
4	Izlaganje projektnih zadataka
5	Izlaganje projektnih zadataka
6	Izlaganje projektnih zadataka
7	Izlaganje projektnih zadataka
8	Prvi kolokvij
9	Izlaganje projektnih zadataka
10	Izlaganje projektnih zadataka
11	Izlaganje projektnih zadataka
12	Izlaganje projektnih zadataka
13	Izlaganje projektnih zadataka
14	Izlaganje projektnih zadataka
15	Drugi kolokvij