

mr. sc.  
**Danijel  
Carev**

**HOTELSKA PRODAJA I  
RECEPCIJSKO POSLOVANJE NA  
PREDDIPLOMSKOM STUDIJU  
TURISTIČKOG I HOTELSKOG  
MENADŽMENTA VPŠ UTILUS**

**HOTEL SALES AND FRONT  
OFFICE OPERATIONS IN THE  
UNDERGRADUATE COURSE  
IN TOURISM AND HOTEL  
MANAGEMENT AT UTILUS  
BUSINESS SCHOOL**

**SAŽETAK:** Kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje već dugi niz godina predstavlja jedan od najznačajnijih stručnih kolegija u programu turističkog i hotelskog menadžmenta na Visokoj poslovnoj školi Utilus. Iako važan stručni predmet, do sada nije imao zaslužen mjesto u široj domaćoj literaturi koja bi na pravi način vrednovala dostignuće u ovoj djelatnosti. U ovom članku prezentira se nastavni program predmetnog kolegija kao prijedlog smjera prema kojem se trebaju podučavati studenti na preddiplomskom studiju. Objasnjava se sadržaj kolegija kao kombinacije teorijskog znanja i praktičnog iskustva koji je dizajniran da omogućiti stjecanje specijalističkih znanja i vještina u prodaji i marketingu hotela, te poslovima kod prijema, boravka i odjave gosta. Kruna cijeloga članka je prezentacija ishoda učenja u skladu s osnovama Hrvatskog kvalifikacijskog okvira, a koji trebaju poslužiti kao putokaz za ostale stručne kolegije u visokom obrazovanju.

**KLJUČNE RIJEČI:** turistički i hotelski menadžment, hotelska prodaja, recepcijsko poslovanje, hrvatski kvalifikacijski okvir, ishodi učenja

**ABSTRACT:** The course in hotel sales and front office operations has represented for many years one of the most important specialised courses in tourism and hotel management studies at Utilus Business School. Although very important, this course has not, so far, found its deserved place in national literature that would properly value all the achievements in this sector. This paper presents the curriculum of the course in question as a proposed guideline for undergraduate teaching. The article describes the contents of the course which is a combination of theoretical knowledge and practical experience designed to allow the acquisition of specialist knowledge and skills in hotel sales and marketing, and in relation to the check-in, stay and check-out of guests. The article culminates in the presentation of learning outcomes in accordance with the baseline of the Croatian Qualifications Framework, which should serve as a guideline for other specialised courses in higher education.

**KEY WORDS:** tourism and hotel management, hotel sales, front office operations, Croatian Qualifications Framework, learning outcomes

## UVOD

Visoka poslovna škola Utilus (VPŠU) u Zagrebu osnovana je s ciljem da se budućim studentima ponudi stručan program poslovnog obrazovanja u turizmu i hotelijerstvu kao temelju njihovog daljnjeg profesionalnog razvoja. Program turistički i hotelski menadžment na VPŠU sastavljen je od niza stručnih kolegija, u kojem izrazito mjesto zauzima kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje.

Ovaj članak zamišljen je kao jedan u nizu članaka koji će prezentirati kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, kao stručan kolegij u smjeru turističkog i hotelskog menadžmenta, čija je svrha analizirati i opisati njegov sadržaj, te opisati najbolju kombinaciju teorijskog znanja i praktičnog iskustva koja se trebaju koristiti za predavanja na preddiplomskom studiju. U ovom članku hrvatski kvalifikacijski okvir poslužit će kao osnova za definiranje kurikuluma s krajnjim ciljem prezentiranja ishoda učenja.

Kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje predaje se na trećoj godini preddiplomskog studija VPŠU, na način da se studente upoznaje s detaljima poslovanja takvih odjela u hotelu, njihovom tehnologijom rada i organizacijskom shemom. Studenti na trećoj godini preddiplomskog studija već ovladavaju osnovama hotelskog poslovanja, te je zbog toga ovakav kolegij organiziran s puno više detalja i praktičnog iskustva iz hotelske prodaje i recepcijskog poslovanja. Predavanja će omogućiti stjecanje specijalističkih znanja i vještina u prodaji i marketingu hotela, te u poslovima kod prijema, boravka i odjave gosta iz hotela, korištenjem primjera iz prakse.

Kako hotelska industrija u Hrvatskoj jača i raste, potreba za stručnim kadrovima bit će još izraženija. Visoke poslovne škole koje će prepoznati trend i prema njemu prilagođavati svoje programe u turističkom i hotelskom menadžmentu imat će bolje

## INTRODUCTION

Utilus Business School (UBS) in Zagreb was founded in order to offer future students a specialised programme for business education in tourism and hospitality as a basis for their further professional development. The programme in hotel and tourism management at UBS consists of a series of specialised courses, among which the course in hotel sales and front office operations has particular importance.

This article was conceived as one in a series of articles presenting the course in hotel sales and front office operations as a specialised course in tourism and hotel management. The purpose of the article is to analyse and describe the contents of the course and depict the best combination of theoretical knowledge and practical experience to be used for lectures in undergraduate studies. The Croatian Qualifications Framework is used in this paper as a basis for the definition of the curriculum with the final objective being the presentation of learning outcomes.

The course in hotel sales and front office operations is taught in the third year of undergraduate studies at UBS and students are acquainted with the detailed operation of such hotel departments, their manner of operation and their organisational scheme. In their third year of studies, students have already mastered the basics of hotel management, which is why this course contains more details and practical experience in hotel sales and front office operations. Lectures ensure the acquisition of specialised knowledge and skills in sales and hotel marketing, and in procedures concerning the check-in, stay and check-out of hotel guests on the basis of practical examples.

Since the hotel industry has been growing and become stronger in Croatia, there will be increasing demand for professionals in this sector. Business schools that recognise the trend and adjust their curricula in tourism and hotel management accordingly will be successful in

uvjete za privlačenje studenata koji će svoju buduću karijeru graditi upravo u turističkom sektoru. Smatra se da će studenti s pravom kombinacijom teorijskog i praktičnog znanja u svim sferama turističkog i hotelskog poslovanja biti upravo kandidati koji će imati najveće mogućnosti zapošljavanja u turizmu.

Hrvatski kvalifikacijski okvir (HKO) je instrument koji će olakšati zapošljavanje te osobni razvoj pojedinaca za izgradnju socijalne povezanosti. Značaj HKO-a ogleda se u kvalitetnijem povezivanju potreba tržišta rada s provođenjem školskih programa te u vrednovanju svih rezultata učenja (Uzelac, 2008). Iz toga razloga HKO poslužit će kao okvir prema kojem će se definirati ishod učenja za kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje na VPSU.

U nastavku ovoga članka opisat će se ciljevi i sadržaj kolegija hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, te će se analizirati dostupna literatura. Zatim, ukratko će se objasniti pojam Hrvatskog kvalifikacijskog okvira, a kruna cijeloga članka je prezentacija ishoda učenja za navedeni kolegij.

## CILJEVI KOLEGIJA

Na osnovi dugogodišnjeg radnog iskustva u hotelima te kroz redovito praćenje domaće i inozemne literature vezane za hotelsku industriju, kolegij je organiziran na način da nosi dvojaku funkciju, praktičnu i znanstvenu. Kroz predavanja se studenti imaju prilike upoznat s hotelskim poslovanjem putem upoznavanja rada odjela prodaje i prijemnog odjela. U prvom redu misli se na usvajanje načina rada, tehnologije rada i načina korištenja osnovnih resursa za uspješno obavljanje radnih zadataka.

Kada se govori o hotelskoj prodaji, tada se podrazumijeva upoznavanje s alatima prodaje i načelima marketinga u hotelskom okruženju. Na primjerima iz prakse studenti dobivaju jasan pregled temeljnih područja prodaje i

attracting students who are planning to build a career in the tourism sector. Students with the right combination of theoretical and practical knowledge in all spheres of tourism and in the hotel business will be the best candidates for employment in tourism.

The Croatian Qualifications Framework (CQF) is an instrument that will facilitate the employment and personal development of individuals and is aimed at building social cohesion. The importance of the CQF lies in the high-quality linking of labour market needs and curricula, and in the assessment of all learning results (Uzelac, 2008). For this reason, the CQF will be used as a framework for the definition of learning outcomes for the course in hotel sales and front office operations at UBS.

The text below contains a description of objectives and contents of the course in hotel sales and front office operations, and an analysis of available literature. In addition, the concept of the Croatian Qualifications Framework will be briefly described, and the article will culminate in the presentation of learning outcomes for the course in question.

## COURSE OBJECTIVES

Since it was created on the basis of many years of work experience in hotels and the reading of domestic and foreign literature dealing with the hospitality industry, the course was organised with a twofold practical and academic function. Lectures allow students to learn about hotel management by getting to know the sales department and the front office. In the first place, this refers to familiarisation with the manner of operation, work methods, and the manner of using basic resources for the successful completion of work assignments.

Learning about hotel sales means learning about sales tools and marketing principles in a hotel environment. Examples from practice provide

marketinga, sastojaka koju utječu na marketinški splet (marketing *mix*) i njegove specifičnosti u hotelskom poslovanju, određivanja cjenovne politike, izrade promotivnih paketa, te definiranja distribucijskih kanala.

Kada se govori o recepcijskom poslovanju, tada se govori o prijemnom odjelu, koji ujedno predstavlja i središte zbivanja svakog hotela i u kojem se uspostavlja direktna komunikacija s gostima u procesu dolaska, boravka i odlaska iz hotela. Studenti se na predavanjima upoznaju s načinom funkcioniranja prijemnog odjela u praksi, terminologijom koja je u svakodnevnoj upotrebi, te dnevnim aktivnostima osoblja na recepciji. Također će se istražiti povezanost prijemnog odjela s odjelom prodaje i ostalim operativnim odjelima u hotelu, kao i način na koji njihovo zajedničko funkcioniranje utječe na ukupno zadovoljstvo gostiju.

## DOSTUPNA LITERATURA

Prije početka opisivanja sadržaja kolegija, kratko će se analizirati dostupna literatura.

Literatura iz područja hotelske prodaje i recepcijskog poslovanja dostupna u Hrvatskoj, nažalost, vrlo je mršava. Za kolegij hotelska prodaja koristi se knjiga istoga naziva, *Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje* (2005), skupine autora, u izdanju Sveučilišta u Rijeci – Fakulteta za turistički i hotelski menadžment u Opatiji. Iako bi se po naslovu knjige moglo zaključiti da bi svojim sadržajem trebala pokrivati cjelokupno područje kolegija, to ipak nije slučaj.

Svojim većim dijelom knjiga objašnjava proceduru rada prijemnog odjela, fokusirajući se na pojedine standarde i principe rada (poput organizacije prijemnog odjela, postupaka rezerviranja hotelskih usluga), od kojih se pojedine procedure, poput formulara za rezervaciju i izmjenu rezervacije, već neko vrijeme ne primjenjuju u praksi, te knjiga zbog toga gubi na relevantnosti. Nadalje,

students with a clear overview of the basic areas of sales and marketing, factors influencing the marketing mix and its specific nature in the hospitality business, the definition of a pricing policy, the preparation of promotional packages and the definition of distribution channels.

Front office operations refer primarily to the front desk which is at the same time the centre of activities in any hotel and the place where direct communication takes place with guests in the process of their arrival, stay and departure from the hotel. During lectures, students learn about the way in which the front desk works in practice, the terminology which is used in everyday work, and the daily activities of front office staff. The connection between the front desk and the sales department and other departments in a hotel is also analysed, as well as the way in which their joint operation affects overall guest satisfaction.

## AVAILABLE LITERATURE

Before the description of course contents, let us briefly analyse the available literature.

Croatia, unfortunately, has a very scarce selection of available literature in hotel sales and front office operations. Literature used for this course is a book with the same title *Hotel Sales and Front Office Operations* (2005) by a group of authors published by the University of Rijeka Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Although the title of the book gives the impression that its contents cover the entire contents of the course, this is not the case.

Most of the book explains the procedures of the front desk with special emphasis on individual standards and principles of operation (such as the organisation of the front desk, booking procedures) although some procedures, such as the booking form and the booking change form, have not been used in practice for a while. For this reason, the book is no longer relevant.

hotelska prodaja objašnjena je jako šturo i, u svakom slučaju, nedovoljno s obzirom na to koliko je taj odjel značajan u poslovanju hotela. Nedostaje detaljnije objašnjenje uloge hotelske prodaje u poslovanju hotela prilagođene današnjim uvjetima poslovanja, kao i funkcije i značaja izrade marketing plana, uloge internet prodaje i *on-line* distribucijskih kanala.

S druge strane, knjiga daje dovoljno informacija o radu prijemnog odjela, posebno o poslovima dolaska, boravka i odlaska gostiju iz hotela, a posebice daje dobar osvrt na poslove prijave gosta (*check-in*) i odlaska gosta (*check-out*).

Sve u svemu, iako daje solidan temelj za korištenje u nastavne svrhe na predmetnom kolegiju, knjiga je daleko od onoga što bi takva knjiga trebala predstavljati s obzirom na promjene koje su navedeni poslovi danas doživjeli u praksi. To nas dovodi do zaključka da je postojeća literatura u Hrvatskoj nedostatna za potrebe kolegija hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje i da svakako postoji prostor za izdavanje priručnika koji bi sadržavao opis navedenih poslova u skladu s današnjim trendovima i realnošću, kao i objašnjavao nove tehnike prodaje, korištenje interneta i društvenih mreža u prodajne svrhe, ulogu marketinga u hotelskoj prodaji, redefiniranje funkcije prijemnog odjela te novu tehnologiju rada i organizacije prijemnog odjela, odnosno recepcije u hotelu.

Zbog navedenih nedostataka u postojećoj literaturi, predavanja na predmetnom kolegiju osmišljena su na način da koriste neke dijelove navedene knjige, ali i materijale koji se baziraju na praktičnom iskustvu. U predavanja se uključuju širi pojam marketinga u hotelijerstvu i prodaji, izrada marketing plana hotela s izradom proračuna, statistički izvještaji u svakodnevnoj upotrebi, akcijski plan prodaje, internet rezervacijski sistemi, promocija prodaje hotela, organizacija i sudjelovanje na sajmovima.

U sljedećem poglavlju detaljnije će biti objašnjen sadržaj tako koncipiranog kolegija.

Furthermore, hotel sales are explained very briefly and insufficiently from the point of view of the importance of the department in hotel business operations. The book lacks a more detailed explanation of the role of hotel sales in the hospitality business in today's business environment, of the function and importance of a marketing plan, and of the role of internet sales and online distribution channels.

On the other hand, the book provides sufficient information on the functioning of the front desk, particularly in relation to the check-in, stay and check-out of hotel guests, and it provides a particularly good overview of checking-in and checking-out procedures.

All in all, although the book gives a solid background for the course in question, it is far from what this kind of a book should be, given all the changes that the relevant procedures have undergone in current practice. This leads to the conclusion that the existing literature in Croatia is insufficient for the course in hotel sales and front office operations and that there is room for a manual that would contain a description of the above-mentioned procedures in accordance with the current trends and reality, explain new sales techniques, the use of the internet and social networks for sales, the role of marketing in hotel sales, and redefine the role of the front desk, as well as the new manner of operation and organisation of the front desk, that is, of the hotel reception.

Furthermore, due to the above-mentioned shortcomings in the existing literature, lectures of the course in question have been designed to partly use the above-mentioned book and partly materials based on practical experience. Lectures include a wider concept of marketing in hospitality and sales, the preparation of a marketing plan for a hotel, including budgeting, daily statistics, sales action plans, internet booking systems, the promotion of hotel sales, organisation and participation at fairs.

## SADRŽAJ KOLEGIJA

Nastavni program podijeljen je na način da je 28 sati predviđeno za predavanja, 4 sata za seminarske radove i 8 sati za vježbe, što čini ukupno 40 sati nastave godišnje.

Nastava se izvodi kroz predavanja, rasprave, eseje, studentska istraživanja na zadanu temu, vježbe, rješavanje praktičnih zadataka, seminarski rad te individualan rad.

Od studenata se traži aktivno sudjelovanje u svim oblicima nastave, izvršavanje zadanih tematskih zadataka (domaće zadaće), čitanje nastavne literature te ostalih dodatnih izvora informacija.

Provjera znanja provodi se tijekom svih oblika nastave. Polaganja ispita i konačna ocjena formira se zbrojem ocjena tijekom predavanja kao i putem pismenih ispita (prvog i drugog parcijalnog pismenog ispita, te završnog usmenog ispita). Više o detaljima samog ocjenjivanju donosi se pod dijelom "Ishodi učenja".

Sadržaj kolegija podijeljen je na 14 predavanja kako slijedi:

1. Na uvodnom predavanju studente se upoznae s hotelskim poslovanjem s obzirom na vrstu hotela, kategoriju, strukturu poslovanja i opću ulogu hotela u turističkoj industriji. Predavanje završava definiranjem procesne funkcije smještaja, kao skupa svih aktivnosti koje različiti organizacijski djelovi hotela trebaju izvršiti da bi se pružila određena usluga gostu, odnosno stvorila vrijednost za gosta.
2. Pod organizacijskom strukturom hotelske prodaje objašnjava se značaj prodaje i marketinga u poslovanju, organizacijski ustroj hotela prema postavljenim kriterijima, zatim se uspoređuju svjetski trendovi u upravljanju i vođenju hotelskog poslovanja, s naglaskom na organizaciju i upravljanje hotelskom prodajom.
3. U ovom dijelu objašnjava se marketing hotela, odnosno funkcija marketinga u hotelu, što je to

The following section gives a more detailed explanation of the contents of a course designed in this manner.

## CONTENTS OF THE COURSE

The curriculum is divided in such a manner that 28 hours are envisaged for lectures, 4 for seminars, and 8 for practical work, which makes about 40 hours of classes per year.

Instruction is organised in the form of lectures, discussions, essays, student research on certain topics, practical work, practical exercises, seminars and individual work.

Students are required to actively participate in all forms of instruction, to complete their home assignments, to read the assigned literature and other sources of information.

Tests are conducted during all forms of instruction. The final grade represents a sum of all the grades received during lectures and written tests (the first and second partial written exam, and the final oral exam). More information on grading is provided under "Learning outcomes".

The contents of the course are divided into 14 lectures as follows:

1. In the introductory lecture, students learn about the hospitality business depending on the type of hotel, category, operational structure and the general role of the hotel in the hospitality industry. The lecture finishes with a definition of accommodation procedures as a group of all activities that need to be executed by various organisational departments of the hotel in order to provide a certain service to a guest, that is, to create value for the guest.
2. The description of the organisational structure of hotel sales covers the explanation of the importance of sales and marketing in business operations, the organisation of the hotel in accordance with the set criteria, and a comparison of international trends in

marketinški splet i definiranje ciljeva marketinga vezanih za hotelsko poslovanje.

4. Marketing plan hotela predstavlja strateški dokument kojim se određuje poslovanje hotela za planiranu godinu i stoga je važan u poslovanju odjela prodaje i marketinga. Zbog toga je izrazito bitno da se studenti upoznaju sa svim njegovim sastavnim dijelovima, koji uključuju analizu situacije, postavljene ciljeve marketinga, određivanje marketinške strategije, pozicioniranje hotela i marketinške instrumente.

5. Pod marketinškim instrumentima podrazumijevamo alate koji pomažu u ostvarenju zacrtanih ciljeva hotelske ponude i usluga. Na ovom predavanju studenti će se uz pomoć primjera iz prakse upoznati s politikom cijena smještaja i kanalima prodaje.

6. Predavanje je fokusirano na definiranje hotelske prodaje, kao najznačajniji odjel u hotelu, vezan uz planiranje prihoda smještaja. Osnovna funkcija odjela je ugovaranje i prodaja hotelskog smještaja, a studenti se upoznaju sa specifičnostima kroz primjere iz prakse. Naglasak se stavlja na analiziranje koraka u procesu prodaje, na temeljne zadaće hotelske prodaje te analiziranje tipova i vrsta ugovora.

7. Nastavak analiziranja hotelske prodaje donosi više detalja o tehnologiji izrade godišnjeg proračuna prihoda smještaja, 7 pogodnosti kod planiranja prihoda, izradi i vrsti hotelskih cjenika, razlikovanje statističkih izvještaja prodaje te upoznavanje s akcijskim planom prodaje.

8. Na ovom predavanju studenti se upoznaju s poslovima rezerviranja hotelskih usluga (postupcima i procedurama), vrstama rezervacija, definiraju se internet rezervacijski sistemi te se opisuje proces upravljanja приходima na primjerima iz prakse.

9. Drugi dio semestra počinje predavanjem na temu prijemni odjel hotela kao mjesto na kojem se ostvaruje prvi fizički kontakt gosta s hotelom. Analiziraju se i opisuju postupci kod dolaska (*check-in*) i tijekom boravka gosta u hotelu.

hospitality management, with special emphasis on the organisation and management of hotel sales.

3. This part contains an explanation of hotel marketing, that is, of the function of marketing in a hotel, of the marketing mix and a definition of marketing objectives in hotel management.

4. A hotel's marketing plan represents a strategic document which defines hotel business operations for the planned year and is therefore important for the operation of the sales and marketing departments. Consequently, it is very important that students learn about the constituent parts, including an analysis of the situation, the setting of marketing objectives, the definition of a marketing strategy, the positioning of a hotel, and marketing instruments.

5. Marketing instruments are tools used to achieve the set objectives of the hotel's offer and services. During this lecture, students learn from practical examples about the policy of accommodation prices and sales channels.

6. This lecture is focused on defining hotel sales as the most important department in a hotel related to planning revenue from accommodation. The main functions of the department are agreements and the sale of hotel accommodation, and students learn about specific situations on the basis of practical examples. Emphasis is placed on an analysis of the steps in the sales procedure, on the basic tasks of hotel sales, and on an analysis of the different types and kinds of contracts.

7. A continuation of the analysis of hotel sales brings more detail on the manner of drafting annual budgets of accommodation revenue, seven advantages in planning revenue, the preparation and types of hotel price lists, differences between statistical sales reports and the presentation of the annual sales plan.

8. In this lecture, students learn about activities related to the booking of hotel services (steps and procedures), types of booking, internet booking systems are defined and the revenue management process is described based on practical examples.

10. Nastavak na prijašnje predavanje studentima opisuje prijemni odjel hotela iz perspektive poslova recepcije pri odlasku gosta (*check-out*). Naglasak je stavljen na razumijevanje naplate računa, poslove otkupa stranih sredstava plaćanja i poslove kontrolora.

11. Upravljanje poslovnim rezultatom prijemnog odjela naslov je predavanja koje definira poslove planiranja, izvještavanja, argumentiranja USALI metode, statistike, analize, ključnih pokazatelja uspješnosti poslovanja te savjetovanja.

12. Promocija prodaje hotela u praksi, između ostalog, podrazumijeva i sudjelovanje prodajnog tima na turističkim sajmovima, gdje se opisuju organizacija i način sudjelovanja na sajmovima. U drugom dijelu predavanja analiziraju se troškovi marketinga, s osvrtom na troškove izrade promotivnih materijala i troškovne stavke.

13. Upravljanje ljudskim potencijalima u odjelu prodaje i recepcije naziv je pretposljednog predavanja, kojim se definiraju i objašnjavaju specifičnosti rada u hotelijerstvu te se argumentira značenje poslovne etike u svakodnevnom poslovanju.

14. Završno predavanje semestra objašnjava informatizaciju hotelske prodaje i recepcijskog poslovanja kroz pojam HIS-a, analizirajući pritom trenutnu praksu u Hrvatskoj, prednosti i nedostatke informatizacije, *on-line* distribuciju te tehnološke trendove.

U nastavku teksta objasniti će se Hrvatski kvalifikacijski okvir kao institucionalni okvir za formiranje ishoda učenja u visokom obrazovanju, kao temelj za definiranje ishoda učenja kolegija hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje na VPSU.

## HRVATSKI KVALIFIKACIJSKI OKVIR

Prema Lisabonskoj strategiji, svaka europska zemlja potpisnica Bolonjske deklaracije uspostavit će Nacionalni kvalifikacijski okvir sastavljen od mreže kvalifikacija i razina kvalifikacija. Izrada i razvoj HKO-a zasniva se

9. The second part of the semester starts with a lecture on the hotel front desk as the place of the guest's first physical contact with a hotel. Procedures for checking-in and the stay of guests in the hotel are analysed and described.

10. A follow-up on the previous lecture describes the front desk from the point of view of check-out procedures. Emphasis is placed on understanding billing procedures, the procedures of purchasing foreign currency, and controlling procedures.

11. This lecture, which defines planning, reporting, the USALI method, statistics, analysis, key performance indicators and counselling procedures, is entitled the Management of Business Performance of the Front Desk.

12. The promotion of hotel sales covers in practice the participation of a sales team in tourism fairs. The lecture describes the organisation and manner of participation in fairs. The second part of the lecture provides an analysis of marketing costs with special emphasis on the costs of preparing promotional materials and expenditure items.

13. Human resources management in the sales department and in the front desk is the title of the penultimate lecture which defines and describes the peculiarities of the hospitality business and explains the importance of business ethics in everyday business operations.

14. The final lecture in the semester provides an explanation of the computerisation of hotel sales and front office operations through the HIS concept, and analyses the situation in Croatia, the advantages and disadvantages of IT, and online distribution and technological trends.

What follows is an explanation of the Croatian Qualifications Framework as an institutional framework to define learning outcomes in higher education as a basis for the definition of the learning outcomes of the course in hotel sales and front office operations at UBS.



na hrvatskome nasljeđu, postojećem sustavu obrazovanja u Republici Hrvatskoj, uputama Europskoga kvalifikacijskog okvira te iskustvima drugih, napose europskih zemalja u izgradnji njihovih kvalifikacijskih okvira.

U ožujku 2006. započeo je rad na Hrvatskom kvalifikacijskom okviru, osnivanjem radne skupine pri Ministarstvu znanosti, obrazovanja i športa. Konačni prijedlog dokumenta “Polazne osnove Hrvatskog kvalifikacijskog okvira” usvojen je na sjednici Vlade Republike Hrvatske 5. srpnja 2007. godine (Vlada Republike Hrvatske, 2011).

Hrvatski kvalifikacijski okvir predstavlja instrument koji olakšava zapošljavanje te osobni razvoj pojedinaca za izgradnju socijalne povezanosti, što je posebno važno za društva u kojima su ekonomske i tehnološke promjene te produljenje životnoga vijeka suvremenog čovjeka nametnule cjeloživotno učenje kao nužnost obrazovne i gospodarske politike. Značaj HKO-a ogleda se i u kvalitetnijem povezivanju potreba tržišta rada s provođenjem školskih programa te u vrednovanju svih rezultata učenja (Uzelac, 2008).

Kao jedna od važnih “Polaznih osnova HKO-a” ističe se izgradnja sustava vrednovanja i priznavanja kompetencija stečenih neformalnim i informalnim oblicima učenja. Osnova za to je razumijevanje jasno određenih kompetencija, koje studenti stječu tijekom studija, a koje su jasno opisane kroz ishode učenja.

U tom smislu, u nastavku teksta jasno će se prezentirati ishodi učenja za kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje na VPSU u Zagrebu.

## ISHODI UČENJA

Ishodi učenja su iskazi kojima se izražava što student treba znati, razumjeti i/ili biti u stanju pokazati nakon što završi određeni proces učenja (Kovač i Kolić-Vehovec, 2008).

Polazište za planiranje kurikuluma temeljenog na ishodima učenja je utvrđivanje kompetencija

## CROATIAN QUALIFICATIONS FRAMEWORK

According to the Lisbon Strategy, every European country which is a signatory to the Bologna Declaration will establish a National Qualification Framework consisting of a network of qualifications and levels of qualifications. The preparation and development of the CQF is based on the Croatian heritage, the existing educational system in the Republic of Croatia, the instructions of the European Qualification Framework, and the experiences of other, primarily European, countries in the development of their own qualification frameworks.

Work on the Croatian Qualifications Framework started in March 2006 when a working group was established at the Ministry of Science, Education and Sports. The final proposal of the document “Baseline of the Croatian Qualifications Framework” was adopted at the session of the Government of the Republic of Croatia on 5 July 2007 (Government of the Republic of Croatia, 2011).

The Croatian Qualifications Framework represents an instrument which facilitates the employment and personal development of an individual for the building of social cohesion, which is particularly important for societies where economic and technological change and longer life expectancy have imposed lifelong learning as a necessity in educational and economic policy. The importance of the CQF is also reflected in more high-quality links between labour market needs and the implementation of curricula, and in the assessment of all learning results (Uzelac, 2008).

The baseline of the CQF mentions the development of a system of assessment and recognition of competences acquired through non-formal and informal forms of learning as one of the important objectives. This is based on understanding clearly defined competences acquired by students during their studies, which are clearly described through learning outcomes.

završenih studenata. Pod pojmom kompetencije podrazumijevaju se znanja, vještine i stavovi pomoću kojih je pojedinac osposobljen za izvršenje određenog posla (Lončar-Vicković i Dolaček-Alduk, 2009).

U skladu s definiranim ishodom učenja, nakon položenog ispita iz kolegija hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje student će biti sposoban učiniti sljedeće:

1. pravilno tumačiti i definirati procesnu funkciju smještaja;
2. objasniti hotelsku prodaju, definirati njezine principe i glavne zadatke;
3. objasniti značaj marketinga u hotelskom poslovanju i opisati taktički marketing;
4. razumjeti i opisati značaj marketing plana u poslovanju hotela, opisati njegove sastavnice, razlikovati tržišne segmente i sastaviti osnovu verziju plana na praktičnom primjeru hotela;
5. upoznati vrste cjenika, razlikovati i analizirati cjenovnu politiku i razumjeti proces izrade proračuna u hotelijerstvu;
6. razlikovati vrste rezervacija, internet rezervacijske sisteme i objasniti proces upravljanja prihodima u hotelijerstvu;
7. opisati i argumentirati proces pripreme i pružanja usluga smještaja pri dolasku, boravku gosta i odlasku gosta iz hotela;
8. upoznati sastavnice hotelskog računa i razumjeti ulogu kontrolinga na prijemnom odjelu;
9. definirati i analizirati upravljanje poslovnim rezultatom prijemnog odjela (opisati USALI metodu);
10. opisati i objasniti promociju prodaje hotela;
11. upoznati i opisati specifičnosti rada u hotelijerstvu, značajke rada u odjelu prodaje i recepcije, razlikovati sustave nagrađivanja;
12. razlikovati primjenu informacijsko-komunikacijskih tehnologija u hotelima u Hrvatskoj.

In this sense, the text below presents the learning outcomes for the course in hotel sales and front office operations at UBS in Zagreb.

## LEARNING OUTCOMES

Learning outcomes are statements expressing what a student must know, understand and/or be capable of showing after having completed a specific learning process (Kovač and Kolić-Vehovec, 2008).

The starting point for planning a curriculum based on learning outcomes is the establishment of the competences of graduating students. Competences refer to knowledge, skills and attitudes by means of which an individual has been trained for a certain job (Lončar-Vicković and Dolaček-Alduk, 2009).

In accordance with the defined learning outcome, after having passed the examination as part of the course in hotel sales and front office operations, a student will be able to do the following:

1. correctly interpret and define accommodation procedures;
2. explain hotel sales, define its principles and main tasks;
3. explain the importance of marketing in hotel management and describe tactical marketing;
4. understand and describe the importance of a marketing plan in a hotel's business operations, describe its constituent parts, differentiate between market segments and prepare a new version of a plan using the practical example of a hotel;
5. learn about types of price lists, differentiate and analyse the pricing policy and understand budgeting in the hospitality industry;
6. differentiate between types of reservations, internet booking systems and explain the revenue management process in the hospitality industry;
7. describe and explain the process of the preparation and provision of accommodation

Kolegiju hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje dodijeljeno je 5 ECTS bodova, što znači da će student posvetiti prosječno 40 sati radu na kolegiju.

Ocjenjivanje studenata vrši se primjenom ECTS sustava (A-F i bročjanog sustava 1-5).

Prag prolaznosti iz kolegija jest 40% realiziranih obveza studenta navedenih u Tablici 1.

Neakademsko ponašanje donosi negativne bodove prema sljedećim kriterijima:

☞ prepisivanje zadaća i seminara (10%),

☞ prepisivanje ili određeni nedozvoljeni postupci na parcijalnom ispitu (50%).

### Domaće zadaće

Studenti će samostalno trebati izvršiti tri zadatka, a za svaki uradak na svakom zadatku mogu dobiti najviše 5 bodova.

Student može dobiti bodove na ovim zadacima samo ako je zadatke izvršio u skladu s uputama. Zadaci će se predati u pismenom obliku, a njihove teme zajedno s uputama najavljuju se unaprijed.

### Popravni

(eng. *tiebreakers*, donose 5 dodatnih bodova)

Popravni predstavlja dodatni bonus zadatak i aktivnost koja će studentima pomoći nadoknaditi propuštene ili kasno predane domaće zadaće. Popravni uključuje pisani rad.

Studenti se upozoravaju da prate rokove domaćih zadaća. Dužni su poštovati rokove i za vrijeme odsutnosti.

### Parcijalni ispit

Studenti su obvezni položiti dva parcijalna ispita. Za svaki ispit mogu dobiti maksimalno 15 bodova. Kriterij za dobivanje bodova je 60% točno riješenih zadataka. Ispit se sastoji od 15 pitanja, od kojih svako pitanje nosi 1 bod, a dizajnirani su tako da utvrde znanje studenta o odslušanom gradivu.

services during the check-in, stay and check-out of hotel guests;

8. understand items on a hotel bill and understand the role of controlling at the front desk;

9. define and analyse the management of business results of the front desk (describe the USALI method);

10. describe and explain the promotion of hotel sales;

11. understand and explain the peculiarities of working in the hospitality industry, in sales and the front office, and differentiate between reward systems;

12. differentiate between the application of information and communication technologies in hotels in Croatia.

The course in hotel sales and front office operations contains 5 ECTS credits which means that a student will dedicate approximately 40 hours of work to this course.

Students are evaluated on the basis of the ECTS system (A-F and numerical system 1-5).

The threshold level for passing the course is 40% of fulfilled student obligations outlined in the Table 1.

Non-academic behaviour brings negative points in accordance with the following criteria:

☞ copying of homework and seminar papers (10%)

☞ copying or certain prohibited actions in the partial exam (50%).

### Homework

Students are required to complete three individual assignments, and for each assignment they can obtain a maximum of 5 points.

Students may gain points for these assignments only if they have completed them in accordance with the instructions. Assignments have to be submitted in writing, and topics for the assignments and instructions are announced in advance.

**TABLICA 1 / TABLE 1**

AKTIVNOST / ACTIVITY	UDIO U ECTS BODOVIMA DODIJELJEN POJEDINOJ AKTIVNOSTI / SHARE IN ECTS CREDITS ALLOCATED TO AN INDIVIDUAL ACTIVITY	ISHODI UČENJA / LEARNING OUTCOMES	AKTIVNOST STUDENATA / STUDENT ENGAGEMENT	METODA PROCJENJIVANJA / ASSESSMENT METHOD	MAKSIMALAN BROJ OCIJENJENIH BODOVA / MAXIMUM NUMBER OF EVALUATED POINTS
<b>Pohađanje nastave, aktivnost, sudjelovanje u raspravi</b> <i>Attending classes, engagement, participation in discussion</i>	1,5	1-12			26
<b>Domaće zadaće i seminarski rad</b> <i>Homework and seminar papers</i>	0,5	1-12			15 +5 bodova za seminarski rad 15 +5 points for a seminar paper
<b>Kontinuirana provjera znanja</b> <i>Continuous testing</i>	2,0	1-12	2 parcijalna ispita 2 partial exams	Bodovi na parci- jalnim ispitima pretvaraju se u ocjenske bodove Points in partial exams are turned into grade points	30
<b>Završni ispit</b> <i>Final exam</i>	1,0	1-12	Usmeni ispit Oral exam	Odgovori se boduju Answers receive points	24
<b>UKUPNO / TOTAL</b>	<b>5,0</b>				<b>100</b>

Za ocjenjivanje parcijalnih ispita koristit će se ljestvica prikazana u Tablici 2.

### Završni ispit

Završni ispit je usmeni. Student odgovara na tri pitanja i za svako pitanje može dobiti najviše 8 bodova (ukupno 24 boda), prema kriterijima prikazanim u Tablici 3.

### Tiebreakers (bring an additional 5 points)

A tiebreaker is an additional bonus assignment and activity that helps students make up for missed or late assignments. A tiebreaker includes a written paper.

Students are warned to abide by the deadlines for assignments. They must abide by the deadlines even if absent.

**TABLICA 2 / TABLE 2**

POSTOTAK TOČNIH ODGOVORA (%) / PERCENTAGE OF CORRECT ANSWERS (%)	Ocjena / GRADE
90–100%=	A (5)
80–89%=	B (4)
70–79%=	C (3)
60–69%	D (2)
0–59%=	F (1)

**TABLICA 4 / TABLE 4**

% OCJENJENIH BODOVA / % GRADED POINTS	Ocjena / GRADE
80–100%=	A
70–79%=	B
60–69%=	C
50–59%=	D
40–49%=	E

**TABLICA 5 / TABLE 5**

Izvrstan (5) / Excellent (5)	A
Vrlo dobar (4) / Very good (4)	B
Dobar (3) / Good (3)	C
Dovoljan (2) / Sufficient (2)	D i E / D and E
Nedovoljan (1) / Insufficient (1)	F i FX / F and FX

Pridruživanje ocjena ostvarenim bodovima provodi se nakon što su svi studenti pristupili završnom ispitu. Na temelju ostvarenih bodova utvrđuje se konačna ljestvica i studenti se ocjenjuju na način prikazan u Tablici 4.

Brojčani sustav ocjenjivanja uspoređuje se s ECTS sustavom na način prikazan u Tablici 5.

**TABLICA 3 / TABLE 3**

2 boda / 2 points	Zadovoljava minimalne kriterije / Satisfies the minimum criteria
4 boda / 4 points	Zadovoljavajući odgovor / Satisfactory answer
6 boda / 6 points	Iznadprosječan s ponekom pogreškom / Above average with few mistakes
8 boda / 8 points	Izniman odgovor / Excellent answer

### Partial exam

Students must pass two partial exams. They can gain a maximum of 15 points for each exam. The criterion for earning points is 60% correctly solved questions. The exam consists of 15 questions out of which each question brings 1 point. Questions are designed in such a manner as to be able to establish the level of a student's knowledge about a subject matter.

The scale shown in Table 2 is used for the assessment of partial exams.

### Final exam

The final exam is an oral one. Student answers three questions and for each question he or she may earn a maximum of 8 points (a total of 24 points) in accordance with the criteria shown in Table 3.

The earned points are associated with grades after all the students have taken the final exam. The final scale is determined on the basis of the earned points and students are graded in the manner described in Table 4.

The numerical grading system may be compared with the ECTS system in the manner described in Table 5.

## ZAKLJUČAK

Kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje na VPSU predstavlja stručan predmet, čije se ishodište nalazi u praktičnom iskustvu, potkrijepljeno teorijskim pretpostavkama. Drugim riječima, to znači da se na predavanjima koriste materijali koji studentima objašnjavaju okvire poslovanja hotela iz perspektive teorijskog znanja, koja se uspoređuju sa stvarnim primjerima iz prakse. Sve to studentima omogućava usvajanje kompetencija koje će im u budućnosti omogućiti uspješnije svladavanje radnih zadataka.

Da bi se sadržaj kolegija u potpunosti izgradio kao sustav vrednovanja i priznavanja kompetencija stečenih neformalnim i informalnim oblicima učenja, rješenje se potražilo u Hrvatskom kvalifikacijskom okviru. Osnova za to je razumijevanje jasno određivanih kompetencija koje studenti stječu tijekom studija, a koje su jasno opisane kroz ishode učenja.

Ovdje prezentirani ishodi učenja za kolegij hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje obuhvaćaju ukupno 12 ishoda učenja, što ukupno nosi 5 ECTS bodova. U tablici se donose aktivnosti prema kojima se studenti ocjenjuju i boduju. Prag prolaznosti kolegija jest 40% realiziranih obveza studenta navedenih u tablici. Također se detaljno opisuju sve aktivnosti i načini njihovog ocjenjivanja, kao i uvjeti koje student mora ispuniti kako bi pristupio završnom usmenom ispitu.

Na ovaj način postavili su se jasni kriteriji što sve student treba znati, razumjeti i/ili biti u stanju pokazati nakon što završi određeni proces učenja i po kojem principu će za svoj trud biti vrednovan. Ovako prezentiran ishod učenja započet će se koristiti na kolegiju hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje na Visokoj poslovnoj školi Utilus s akademskom godinom 2011/12. Rezultati dobiveni na kraju semestra pokazat će opravdanost uvođenja ishoda učenja te će predstavljati putokaz za uvođenje ishoda

## CONCLUSION

The course in hotel sales and front office operations at UBS represents a specialised course whose starting point is practical experience supported by theory. In other words, this means that lectures are based on materials which explain to students the framework of a hotel's business operations from the perspective of theoretical knowledge in comparison with actual examples from practice. In this way, students gain competences that will prepare them for more successful performance at work.

The Croatian Qualifications Framework served as a basis to develop the course contents as a system of assessment and recognition of competences acquired by non-formal and informal types of learning. The main issue is to understand clearly the defined competences acquired by the students during the course. These competences are clearly described in the learning outcomes.

The illustrated learning outcomes for the course in hotel sales and front office operations comprise a total of 12 learning outcomes amounting to a total of 5 ECTS points. The table contains activities according to which students are graded and earn points. The threshold level for passing the course is 40% of fulfilled student obligations mentioned in the table. There is also a detailed description of all activities and the manner of their assessment, together with the prerequisites that must be satisfied by a student before taking the final oral exam.

In this manner, clear criteria are set defining what a student must know, understand and/or be able to show after having completed a certain learning process. The principles of assessment are also clearly indicated. These learning outcomes will be applied to the course in hotel sales and front office operations at Utilus Business School in the 2011/12 academic year. The results achieved at the end of the semester

učenja i za ostale kolegije. Krajnji cilj jest prilagođavanje cjelokupnog programa, smjera turističkog i hotelskog menadžmenta Hrvatskom kvalifikacijskom okviru.

will show whether the introduction of learning outcomes has been justified and will serve as a guideline for the introduction of learning outcomes for other courses as well. The final objective is to adjust the overall programme in tourism and hotel management to the Croatian Qualifications Framework.

---

## LITERATURA / LITERATURE

GALIČIĆ, V., IVANOVIĆ, S., LUPIC, M. (2005), *Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje*. Sveučilište u Rijeci – Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji

KOVAČ, V., KOLIĆ-VEHOVEC, S. (2008), *Izrada nastavnih programa prema pristupu temeljenom na ishodima učenja – priručnik za sveučilišne nastavnike*, str. 12. Rijeka: Sveučilište u Rijeci

LONČAR-VICKOVIĆ, S., DOLAČEK-ALDUK, Z. (2009), *Isходи učenja – priručnik za sveučilišne nastavnike*, str. 24. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

UZELAC, S. (2008), “Hrvatski kvalifikacijski okvir – stanje i razvoj”. [http://www.vlada.hr/hr/aktualne teme\\_i\\_projekti/aktualne teme/hko\\_hrvatski\\_kvalifikacijski\\_okvir/osnova/hrvatski\\_kvalifikacijski\\_okvir\\_stanje\\_i\\_razvoj](http://www.vlada.hr/hr/aktualne teme_i_projekti/aktualne teme/hko_hrvatski_kvalifikacijski_okvir/osnova/hrvatski_kvalifikacijski_okvir_stanje_i_razvoj) [3. listopada 2011]

Vlada Republike Hrvatske (2011), “Polazne osnove Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira”. [http://www.vlada.hr/hr/aktualne teme\\_i\\_projekti/aktualne teme/hko\\_hrvatski\\_kvalifikacijski\\_okvir/dokumenti](http://www.vlada.hr/hr/aktualne teme_i_projekti/aktualne teme/hko_hrvatski_kvalifikacijski_okvir/dokumenti) [1. listopada 2011]