



OPĆE INFORMACIJE		
Nositelj predmeta	<a href="#">Prof. dr. sc. Christian Stipanović</a>	
Naziv predmeta	Poslovna inteligencija	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studij "Marketing u turizmu,, , "Menadžment u turizmu,, i "Menadžment u hotelijerstvu,,	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTSa
	Broj sati (P+V+S)	30 (15 + 0 + 15)

OPIS PREDMETA
<b>Ciljevi predmeta</b>
<i>Ciljevi su postavljeni na dvije razine: usvajanje, nadgradnja i razumijevanje teorijskih spoznaje o poslovnoj inteligenciji u funkciji efikasnijeg poslovnog odlučivanja i koncepcije razvoja i implementacija stečenih znanja u rješavanju konkretnih problema temeljem poslovne inteligencije. Ciljevi su: upoznavanje determinanti poslovne inteligencije u poslovanju turističkih i hotelskih poduzeća i njen značaj u ostvarivanju konkurentnosti na turističkom tržištu, analiziranju aktivnosti konkurenata i prikupljanju informacija za definiranje koncepcije i strategije razvoja, planiranje, upravljanje rizikom, razvojnu i poslovnu politiku, razvijanje sposobnosti prikupljanja podataka o konkurentima, zaštite vlastitih podataka i razlučivanja korisnih informacija, analiza transformacija podataka u relevantne informacije kao temelj poslovnog odlučivanja, definiranje važnosti primjene informacijske tehnologije i analiza primjene poslovne inteligencije u europskim i hrvatskim turistička i hotelska poduzeća.</i>
Očekivani ishodi učenja za predmet
Student će nakon položenog ispita biti sposoban definirati teorijske pojmove poslovne inteligencije i njene interakcije s novim strateškim usmjerenjima suvremenog hotelsko-turističkog poduzeća, argumentirati načine primjene poslovne inteligencije u koncepciji razvoja i metode upravljanja informacijama. Također će biti sposoban prikupljati podataka, transformirati podataka u informacije i znanje (skladištenje podataka, OLAP, rudarenje podacima) u funkciji poslovnog odlučivanja s primjenom u rješavanju konkretnih problema. Student će moći vrednovati i uspoređivati aktivnosti konkurencije i promjene tržišta danas i sutra, stvoriti svijest o značaju anticipiranja, predviđanja u odrednicama turbulentnog okruženja u funkciji ostvarenja konkurentskih prednosti temeljenih na brzini.
Sadržaj predmeta
<i>Teorijske determinante i sastavnice modela poslovne inteligencije. Counterintelligence i defendologija. Ekonomski aspekt poslovne inteligencije. Poslovna inteligencija u koncepciji razvoja suvremenog poduzeća. Upravljanje podacima, informacijama i znanjem u funkciji poticanja promjena. Strategije prikupljanja podataka. Izvođenje znanja iz podataka. Skladištenje podataka, OLAP, rudarenje podacima. Značaj kadrova u poslovnoj inteligenciji. Primjena poslovne inteligencije u turizmu i ugostiteljstvu. Sinergija poslovne inteligencije i novih strateških usmjerenja. Praktični primjeri poslovne inteligencije. Perspektiva razvoja poslovne inteligencije.</i>
<b>Obavezna literatura</b>
Stipanović, C.: Poslovna inteligencija u turizmu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
<b>Dopunska literatura</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Liataud, B., Hammond, M.: e – Poslovna inteligencija, Prudens consilium d.o.o, Varaždin, 2006.</li><li>2. Klepac, G, Mršić, L.: Poslovna inteligencija kroz poslovne slučajeve, Liderpress, Zagreb, 2006.</li><li>3. Javorović, B., Bilandžić, M.: Poslovne informacije i business intelligence, Golden marketing, Zagreb, 2007.</li><li>4. Panian, Ž.; Poslovna inteligencija – Studije slučajeve iz hrvatske prakse, Narodne novine, Zagreb, 2007.</li><li>5. Panian, Ž., Klepac, G.: Poslovna inteligencija, Masmedia, Zagreb, 2003.</li></ol>