

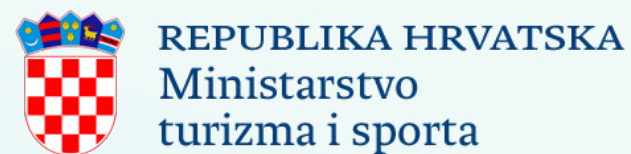
UPUHH Hotel
Academy

2024./2025.
jesen 2024.

programi stručnog
usavršavanja
djelatnika članova
Udruge poduzetnika
u hotelijerstvu Hrvatske



Program je sufinanciran sredstvima
Ministarstva turizma i sporta
u sklopu projekta "Razvoj karijere
u turizmu: UPUHH Hotel Academy 2024/2025"



Organizator



Partnerske udruge

Hrvatska udruga turizma
Kamping udruženje Hrvatske

Pridruženi partneri

Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
Veleučilište Aspira
Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ u Puli
Škola za turizam, ugostiteljstvo i trgovinu Pula
Turističko-ugostiteljska škola Split
Ugostiteljsko-turistička škola Osijek

Raspored modula

MODUL	PREDAVAČ	STRATEŠKO PODRUČJE	DATUM	
MODUL 1 New trends in luxury & ultra-luxury experiences	Erica Amoroso Fernandez	STRATEŠKO UPRAVLJANJE	03.10.2024	
MODUL 2 How to create sustainable tourism products outside the high season?	dr. sc. Xavier Font	ODRŽIVOST	10.10.2024	
MODUL 3 TikTok kao marketinški alat u ugostiteljstvu	Dario Marčac	MARKETING	07.11.2024	
MODUL 4 Emocionalna kompetentnost i međukulturalna raznolikost	Lana Horak Pajić	LJUDSKI RESURSI	14.11.2024	
MODUL 5 „The art of hotel gastronomy“ - kako kreirati jedinstveni doživljaj za goste	doc.dr.sc.Krešimir Mikinac Dario Kinkela	HRANA I PIĆE	05.12.2024	

Ključne informacije



predavača



modula



strateških
područja



za članice UPUHH-a i
polaznike iz partnerskih
institucija



3.X. -
5.XII.
2024.



dosadašnjih
polaznika edukacija
UPUHH-a



predavači s
bogatim iskustvom
u praksi



u potpunosti
online

Kako sudjelovati

- Kako biste sudjelovali, za svaki željeni modul morate se registrirati zasebno (poveznice se nalaze u tablici s popisom svih modula te na kraju opisa svakog modula)
- Za sva pitanja i pojašnjenja stojimo na raspolaganju na e-mailu: **info@upuhh.hr** i telefonu **01/4836-167**

October 3rd, 2024 | thursday | from 9 AM to 11:00 PM

MODULE 1: New trends in luxury & ultra-luxury experiences

BRIEF DESCRIPTION OF EDUCATION

Learn about the evolving luxury clients ´ preferences and how these wants and needs will influence luxury retail in the mid to long term. Get familiar with the concept of Experiential Retail and analyse the new luxury trends. Appreciate the essence of Ultra-Luxury experiences and discuss concrete examples of same.

CONTENT

In recent years, younger cohorts such as Gen Z and Millennials, have exhibited a growing interest in leisure spending. It has been predicted that Gen Z and Gen Alpha spending will grow significantly through 2030. What are these new luxury consumers looking for? How is the luxury business responding to their changing wants and needs? In this workshop we will first analyse the latest shifts in consumers to then focus on how luxury retail companies have been stretching and updating their retail strategy. The concept of “luxury” has become ubiquitous, applied across both luxury and non-luxury contexts. Every company might want to be under the “luxury” umbrella because that “sells” well, however most probably not everyone fits within this category. Ultra-luxury experiences often go beyond the traditional luxury and are defined by their “rarity” and the meticulous attention to detail. We will examine concrete examples and evaluate their success.

TARGET GROUPS

- Senior management (CEOs, Board members, Directors of Strategic Planning, Retail VP, Hotel Directors – GMs, Marketing Directors, Sales Directors, Human Resources Directors, Operations Directors)
- Middle management (Heads of Operational Departments of Hotels, Head of Client Experience Department, Head of Retail)

HANDS OUT

Presentation material in the English language will be delivered to participants in electronic (pdf) form after the session.



Erica C. Amoroso
Fernandez

**Glion Institute of Higher Education,
Switzerland**

Erica Amoroso has held global leadership positions in Luxury Retail at Louis Vuitton Malletier and La Prairie Group across Europe. Prior to that, she served in the Banking and Law industries as a specialist of business law. In her commercial leadership roles, Erica has excelled in building client-centric teams, driving operational and commercial excellence within diverse cultural settings. Her dedication, combined with the ability to navigate the complexities of retail management, has enabled her to make significant contributions to the luxury industry, consistently delivering financial and operational impact.

As a Visiting Lecturer at Glion Institute of Higher Education, she is passionate about shaping the future leaders within the vibrant Luxury and Hospitality industries. She delivers courses on Retail Management and Retail & Physical Distribution Channels to Masters and Executive Students.

Erica holds an MBA from HEC Paris, an LL.M. from Columbia University School of Law and a J.D. (Juris Doctor) from Universidad de Buenos Aires. She is fluent in French, Spanish & English and intermediate in German.

October 10th, 2024 | thursday | from 9 AM to 11:00 PM

MODULE 2: How to create sustainable tourism products outside the high season?

BRIEF DESCRIPTION OF EDUCATION

- Learn about the six benefits of reducing seasonality through the design of sustainable experiences:
- Generate a year-round income. Create unique products and diversify your markets to provide continuity to your business.
- Improve the quality of your service. Create year-round jobs to give your business the opportunity to retain talented staff and to reduce your recruitment and training costs.
- Maintain your mid-season prices. Increase the quality, variety and attractiveness of your offer so that you don't need to reduce your prices.
- Provide a consistent service. Open all year round to allow your business to set service standards and professionalise its service.
- Be more creative. Open in the low season to give yourself the chance to experiment with changes in your products that you might find too risky or time consuming in high season.
- Increase loyalty. Open all year round to gain more repeat customers as they favour businesses that are reliably open.

CONTENT

A sustainable experience is a genuine and special event that is anchored in daily life, highly exciting and participative. It is an experience that respects host communities and their cultural and natural heritage. A sustainable experience targets, first and foremost, people's wellbeing and then it benefits the environment where it takes place. Low season travellers seek leisure and travel experiences for different purposes; they seek different benefits, search suppliers differently and will be satisfied with different types and levels of service. Invest time in learning about different markets. Low season experiences cannot be exact replicas of summer experiences only sold to people who accept worse weather. Much of the time during this workshop will be spent brainstorming ways to enhance your products to become appealing winter experiences. Then you will need to invest in low season marketing resources.

TARGET GROUPS

- Senior management (CEOs, Management Board members, Directors of strategic planning, cluster directors, hotel directors – GMs, human resources directors, operations directors)
- Middle management (heads of operational departments of hotels and other hospitality properties)

HANDS OUT

Presentation material in the English language will be delivered to participants in electronic (pdf) form after the session.



dr. sc. Xavier Font
University of Surrey, UK

Dr Xavier Font is Professor of sustainability marketing at the University of Surrey, UK. He specialises in helping small firms to gain competitive advantage from using sustainable tourism as a tool for product development, marketing and communications. Xavier has run this course internationally over 200 times for 5,000 accommodation and activity suppliers, tour operators, national parks and government agencies.

7. studeni 2024. | četvrtak | od 9:00 do 11:00

MODUL 3: TikTok kao marketinški alat u ugostiteljstvu

KRATKI OPIS EDUKACIJE

TikTok je brzorastuća društvena mreža koja korisnicima omogućuje kreiranje i dijeljenje kratkih videozapisa. Popularnost platforme eksponencijalno raste, a posebno je učinkovita u privlačenju mlađe publike što je čini idealnom za marketinške kampanje usmjerene na inovativno i dinamično tržište. Ova edukacija pruža temeljit uvid u korištenje TikToka za promociju turističkih i ugostiteljskih usluga. Sudionici će naučiti kako efektivno koristiti ovu platformu za privlačenje ciljane publike i povećanje vidljivosti svojih objekata i usluga. Kroz praktične primjere i vježbe, polaznici će dobiti konkretne smjernice za stvaranje i objavljivanje privlačnog sadržaja.

SADRŽAJ

- Uvod u TikTok i njegov značaj u digitalnom marketingu
- Kako ciljati i privući željenu publiku putem TikToka
- Tipovi sadržaja koji najbolje funkcioniraju za hotelsko-ugostiteljski sektor
- Smjernice i tehnike za kreiranje efikasnog sadržaja

CILJNE SKUPINE

Vlasnici turističkih i ugostiteljskih objekata, menadžeri u turizmu i ugostiteljstvu, marketinški stručnjaci u turističkom sektoru, te svi koji su zainteresirani za korištenje društvenih mreža za promociju poslovanja.

PREZENTACIJSKI MATERIJAL

Isporučuje se polaznicima u elektroničkom (pdf) obliku nakon završetka edukacije



Dario Marčac

Crew founder

Dario Marčac je stručnjak za TikTok koji pomaže brendovima i kreatorima u izgradnji uspješnih profila na ovoj platformi. S preko 500.000 pratitelja na svom TikTok profilu, također je osnivač Crew zajednice, najveće regionalne zajednice TikTok kreatora s preko 8 milijuna pratitelja iz Hrvatske, Srbije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Slovenije i Austrije. Zajednica je poznata po promicanju dobronamjernog sadržaja i profesionalnog pristupa, čime osigurava kvalitetnu marketinšku platformu za brendove. Pored TikToka, Dario je aktivan i na LinkedInu gdje ga prati dodatnih 20.000 ljudi. Suradnja s preko 70 brendova uključuje vođenje njihovih TikTok profila i organiziranje marketinških kampanja. Također, održava edukacije, mentoring i radionice za brendove koji žele samostalno kreirati sadržaj prilagođen TikToku. Dario je čest govornik na konferencijama, gdje se bavi temama kao što su vertikalni video format, influencer marketing i kreiranje sadržaja. Bio je najmlađi predavač na Weekend Media Festivalu 2021. godine i najmlađi kolumnist Jutarnjeg lista.

14. studeni 2024. | četvrtak | od 9:00 do 10:30

MODUL 4: Emocionalna kompetentnost i međukulturalna raznolikost

KRATKI OPIS EDUKACIJE

Edukacija o emocionalnoj kompetentnosti i međukulturalnoj suradnji istražuje važnost razumijevanja i upravljanja emocijama i suradnjom u međukulturalnom kontekstu. Kroz interaktivnu radionicu i primjere iz stvarnog života, sudionici će razviti vještine prepoznavanja, razumijevanja i efikasnog upravljanja svojim emocijama te empatije prema drugima, kao i upravljanja odnosom. Naglasak će biti na stvaranju inkluzivnih i poštovanjem obogaćenih radnih i osobnih okruženja koja potiču ravnopravno dostojanstvo, suradnju i razumijevanje.

SADRŽAJ

- Što je emocionalna kompetentnost (EQ)
- Zašto je EQ važna u kontekstu međukulturalne raznolikosti
- Povezanost emocionalne kompetentnosti i predrasuda
- Osvještavanje vlastitih prepreka za uspješniju suradnju
- Znati kako voditi prema multikulturalnoj suradnji
- Planiranje akcija za primjenu naučenog

CILJNE SKUPINE

Sve razine zaposlenika i rukovoditelja

PREZENTACIJSKI MATERIJAL

Isporučuje se polaznicima u elektroničkom (pdf) obliku nakon završetka edukacije



Lana Horak Pajić

Prava Formula

Lana Horak Pajić je psihologinja s područjem interesa u organizacijskoj psihologiji, a primarno se bavi psihoeducacijom u organizacijama. Provodi coaching i savjetovanje te podučava grupe kroz treninge za jačanje psiholoških vještina. Radno iskustvo stječe u velikoj internacionalnoj kompaniji kao HR stručnjakinja u odjelu edukacije i razvoja gdje je bila odgovorna za razvojne planove zaposlenika te kreiranje i provođenje treninga. Radila je i kao HR partner u malim kompanijama u stvaranju organizacijske kulture i strategija te uvođenju HR procesa, selekciji i razvoju zaposlenika. Od 2015. radi u Pravoj formuli kao konzultant za upravljanje ljudskim potencijalima. Suraduje kao predavač na Akademiji likovnih umjetnosti te na Veleučilištu Edward Bernays.

5. prosinac 2024. | četvrtak | od 9:00 do 11:00

MODUL 5: „The art of hotel gastronomy“ – kako kreirati jedinstveni doživljaj za goste

KRATKI OPIS EDUKACIJE

Povezanost hotelijerstva i gastronomije nije nova ali u današnjem vremenu popularnosti i razvoja gastro turizma postaje ključan preduvjet vrhunske hotelske usluge. Stoga je veoma bitno da se prepozna vrijednost i značaj usluga hrane i pića kao ključnog segmenta vrhunskog hotelijerstva i jedne od presudnih dodanih vrijednosti. U ovoj edukaciji istražiti ćemo ključne teme poput lokalnog karaktera hrane, održivosti u gastronomiji, maksimalne upotrebe namirnica te suvremenih trendova i novih prehrambenih navika. Poseban naglasak bit će posvećen na praktične alate i strategije kako bi mogli stvoriti nezaboravna gastronomska iskustva za svoje goste, istovremeno promovirajući bogatstvo lokalne kuhinje i održivost u poslovanju.

SADRŽAJ

- Gastronomska izvrsnost – stvaranje jedinstvenog doživljaja za goste
- Ugostiteljska ponuda – lokalni okusi i sezonske namirnice
- Održiva gastronomija
- Nove prehrambene navike gostiju
- Inovacije i kreativnost

CILJNE SKUPINE

Srednji menadžment

PREZENTACIJSKI MATERIJAL

Isporučuje se polaznicima u elektroničkom (pdf) obliku nakon završetka edukacije



doc. dr. sc. Krešimir
Mikinac

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Krešimir Mikinac docent je na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci. Predstojnik je Zavoda za ugostiteljstvo i član katedre za hotelijerstvo, gastronomiju i restoraterstvo. Fokus znanstveno – istraživačkog interesa usko je povezan s gastronomijom i hotelijerstvom, gastronomskim iskustvima, vinskim turizmom, ekonomikom ugostiteljstva i poduzetništvom. Voditelj je edukacije u Hrvatskom sommelier klubu gdje sudjeluje u inoviranju edukacijskih procesa profesije sommeliera. Uključen je u niz znanstvenih i stručnih projekata kao voditelj ili suradnik iz područja gastronomije, restoraterstva, vinskog turizma i edukacije u ugostiteljstvu.



Dario Kinkela
Valamar Riviera d.d.

Dario Kinkela, direktor je sektora hrane i pića u Valamar Rivieri. U turističkom sektoru je od malih nogu, a u Valamar Club Tamaris dolazi 2007. godine kao direktor hotela te direktor regije Lanterna. Nakon toga prelazi na poziciju direktora sektora hrane i pića.



2024./2025.
jesen 2024.

Organizator

UPUHH



UDRUGA
PODUZETNIKA
U
HOTELIJERSTVU
HRVATSKE

Za sva pitanja i pojašnjenja stojimo na raspolaganju

www.upuhh.hr

e-mail: info@upuhh.hr

telefon: 01/4836-167