

<b>SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“</b>																			
<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE</b>																			
<b>NAZIV PREDMETA: MARKETING U UGOSTITELJSTVU, HOTELJERSTVU I TURIZMU</b>	<b>ŠIFRA 5.01.06.041</b>																		
<b>NIVO: dodiplomski</b>	<b>Godina: III</b>																		
<b>Semestar: VI</b>																			
<b>STATUS: obavezni smjerski</b>																			
<b>Broj ECTS: 5</b>																			
<b>Ukupno opterećenje studenta 150 sati</b>																			
<b>R.BR: 046</b>																			
<b>1.CILJ PREDMETA</b>	Studenti će razumjeti i shvatiti procese marketinga u turizmu kao i razvojne prilike i strategije marketinga u turizmu posebno će ovladati marketing miksom u turizmu.																		
<b>1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi</b>	Studenti će naučiti pojam i značaj marketinga u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu kao i marketing miks u tim oblastima																		
<b>1.2. Savladane vještine</b>	Vještine će se odnositi na planiranje elemenata marketinga i njihova implementacija u praksi																		
<b>1.3. Osnovni sadržaj predmeta:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. SPECIFIČNOSTI MARKETINGA U UGOSTITELJSTVU, HOTELJERSTVU I TURIZMU</li> <li>2. ISTRAŽIVANJE TURISTIČKOG TRŽIŠTA</li> <li>3. SEGMENTACIJA I IZBOR CILJNOG TRŽIŠTA</li> <li>4. ELEMENTI MARKETING MIKSA U TURIZMU</li> <li>5. MARKETINŠKI PLAN</li> <li>6. PONAŠANJE POTROŠAČA I ZADOVOLJSTVO KUPACA</li> <li>7. KVALITET TURISTIČKIH USLUGA</li> <li>8. UPRAVLJANJE MARKETINGOM TURIZMA</li> <li>9. KONTROLA MARKETINGA TURIZMA</li> </ol>																		
<b>1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja</b>	1. OSNOVE TURIZMA, IV semestar																		
<b>2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE</b>																			
<b>2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA:</b> a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10%  <p style="text-align: right;"><b>UKUPNO: 100%</b></p>	<b>2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI:</b> a) obrada slučaja – grupno 30 % b) obrada slučaja – individualno 20 % c) izrada marketing plana 30 % c) diskusija - prezentacija 20 %  <p style="text-align: right;"><b>UKUPNO: 100%</b></p>																		
<b>2.3. SISTEM OCJENJIVANJA</b>																			
<b>a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TEST 1–prvi kolokvij(prvih 50% gradiva) - 20 BODOVA</li> <li>2. TEST 2-drugi kolokvij (drugih 50% gradiva) - 20 BODOVA</li> <li>3. TEST 3 – završni ispit (ukupno gradivo) - 20 BODOVA</li> <li>4. PREDAVANJE – PRISUSTVO - 5 BODOVA</li> <li>5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE - 5 BODOVA</li> <li>6. VJEŽBE – PRISUSTVO - 5 BODOVA</li> <li>7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD - 10 BODOVA</li> <li>8. VJEŽBE – USMENA PREZENTACIJA DRUGE TEME - 5 BODOVA</li> <li>9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA - 10 BODOVA</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>UKUPNO: 100 BODOVA</b></p>	<b>b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA</b>  <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10px;">5</td> <td style="width: 10px;">—</td> <td>0 do 59 bodova</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>—</td> <td>60 do 64 bodova</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>—</td> <td>65 do 74 bodova</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>—</td> <td>75 do 84 bodova</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>—</td> <td>85 do 94 bodova</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>—</td> <td>95 do 100 bodova</td> </tr> </table>	5	—	0 do 59 bodova	6	—	60 do 64 bodova	7	—	65 do 74 bodova	8	—	75 do 84 bodova	9	—	85 do 94 bodova	10	—	95 do 100 bodova
5	—	0 do 59 bodova																	
6	—	60 do 64 bodova																	
7	—	65 do 74 bodova																	
8	—	75 do 84 bodova																	
9	—	85 do 94 bodova																	
10	—	95 do 100 bodova																	
* STUDENT IMA PRAVO NA POPRAVNI IZ TOČKI: 1, 2, 3, 7,8 i 9 UKOLIKO JE NEZADOVOLJAN SA OSVOJENIM BODOVIMA ILI NIJE U ODREĐENOM TERMINU PRISTUPIO TESTU ILI NIJE PREDAO RAD PO TOČKAMA 7, 8 i 9																			
<b>3. LITERATURA:</b>																			
<b>3.1. OBAVEZNA LITERATURA:</b>																			
1. JOSIP SENČIĆ i BORIS VUKONIĆ „MARKETING U TURIZMU“, ZAGREB, 1997.god., izdavač MIKRORAD																			
<b>3.2. DODATNA LITERATURA:</b>																			
1. PROFESOR ĆE NA PRVOM PREDAVANJU DATI SPISAK ŠIRE DODATNE LITERATURE																			