

<b>SVEUČILIŠTE / UNIVERZITET „VITEZ“</b>		
<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE</b>		
<b>NAZIV PREDMETA: KOMUNICIRANJE U TURIZMU</b>		<b>ŠIFRA 5.01.06.073</b>
<b>NIVO: dodiplomski</b>	<b>Godina: III</b>	<b>Semestar: V</b>
<b>STATUS: IZBORNI</b>		<b>Broj ECTS: 6</b>
<b>Ukupno opterećenje studenta 180 sati</b>		<b>R.BR: 083</b>
<b>1. CILJ PREDMETA</b>	Osnovni cilj predmeta je upoznavanje studenata sa značenjem i funkcijom komuniciranja. Poseban osvrt se daje na ulogu komuniciranja i odnosa sa javnošću u cilju povećanja imidža firme kako bi joj se povećao ugled ai obim prodaje, turističkih usluga.	
<b>1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi</b>	Nakon uspješnog polaganja ovog predmeta studenti će biti osposobljeni za komuniciranje i poboljšanje odnosa s javnošću u sferi turizma.	
<b>1.2. Savladane vještine</b>	Savladane vještine će se manifestirati kroz izrade plana komuniciranja kao i marketing poruke usmjerene na kupce i javnost	
<b>1.3. Osnovni sadržaj predmeta:</b>	1. POJAM I ZNAČAJ KOMUNICIRANJA U TURIZMU 2. MARKETING KOMUNICIRANJE 3. ODNOSI SA JAVNOŠĆU U OBLASTI TURIZMA 4. PROCESI MODELI MARKETING KOMUNICIRANJA 5. MARKETING PORUKE U TURIZMU 6. MEDIJI KOMUNICIRANJA 7. OGLAŠAVANJE 8. UNAPREĐENJE PRODAJE TURISTIČKIH USLUGA 9. OSOBNA PRODAJA TURISTIČKIH USLUGA 10. ELEKTRONSKI MEDIJI U KOMUNICIRANJU	
<b>1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja</b>	1. KOMUNICIRANJE I ODNOSI SA JAVNOŠĆU, III SEMESTAR	
<b>2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE</b>		
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10%		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 40 % b) obrada slučaja – individualno 40 % c) diskusija – prezentacija 20 %
<b>UKUPNO: 100%</b>		<b>UKUPNO: 100%</b>
<b>2.3. SISTEM OCJENJIVANJA</b>		
<b>a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA</b>  1. TEST 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) - 20 BODOVA 2. TEST 2–drugi kolokvij (drugih 50% gradiva) - 20 BODOVA 3. TEST 3 – završni ispit (ukupno gradivo) - 20 BODOVA 4. PREDAVANJE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE - 5 BODOVA 6. VJEŽBE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD - 10 BODOVA 8. VJEŽBE – USMENA PREZENTACIJA DRUGE TEME - 5 BODOVA 9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA - 10 BODOVA  <b>UKUPNO: 100 BODOVA</b>		<b>b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA</b>  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. P.KOTLER; J.T. BOWEN; J.C. MAKENS „MARKETING U HOTELJERSTVU, UGOSTITELJSTVUI TURIZMU“2010. GOD. IV IZDANJE ; PREVOD „MATE“ZAGREB, (DIO KNJIGE PO IZBORU PROFESOR A KOJI SE ODNOSI NA OBLAST KOMUNICIRANJA)		
<b>3.2. DODATNA LITERATURA:</b>		
PROFESOR ĆE NA PRVOM PREDAVANJU DATI ŠIRI SPISAK DODATNE LITERATURE		