

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
291804	Marketing u turizmu				Izborni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	4	
	15	15	15			
Nastavnik	doc.dr.sc. Željka Marčinko Trkulja					
Suradnik						
Cilj predmeta	C1. Prenijeti teorijska i činjenična znanja studentima izučavanjem marketinga u turizmu upoznajući ih s teorijskim postavkama pojmovnog određenja i činjeničnim saznanjima vezanim uz specifične marketinške koncepte potrebna za razumijevanje uloge marketinga u društvu i u turističkim organizacijama. C2. Razviti spoznajne, psihomotoričke i socijalne vještine kod studenata (1) kritičko vrjednovanje marketinških ideja marke mjesta; za (2) primjenu strateškog planiranja marketinških aktivnosti u turizmu kao i za (3) interakciju s kolegama studentima u procesu osmišljavanja marketinške ideje te za vođenje provedbe strateškog marketinškog plana marke mjesta u nepredvidivim situacijama. C3. Osposobiti studente za upravljanje stručnim projektom razvoja strateškog marketinškog plana u nepredvidivim uvjetima u turizmu. C4. Pripremiti studente za preuzimanje etičke i društvene odgovornosti za upravljanje i vrednovanje profesionalnog razvoja pojedinca i skupina u nepredvidivim uvjetima plasiranja marketinških koncepata u turizmu potencijalnim investitorima.					
Ishodi učenja	1. Pamćenje: Opisati osnovne pojmove marketinga i strateškog upravljanja marketingom u turizmu. 2. Razumijevanje: Identificirati i analizirati marketinšku koncepciju kao suvremenu filozofiju poslovanja gospodarskih i društvenih turističkih subjekata u poslovnoj praksi i društvenom životu zajednice 3. Primjenjivanje: Istražiti i povezati marketinške strategije u turizmu i njihove načine utjecaja na poslovanje. 4. Analiziranje: Analizirati čimbenike strateške analize marketinškog okruženja u turizmu, proces istraživanja i segmentacije tržišta u turizmu, čimbenike od utjecaja na ponašanje potrošača i ustanoviti proces donošenja odluke o kupnji turističkog proizvoda. 5. Sintetiziranje: Osmisliti strateški marketinški plan marke mjesta (destinacija, grad, regija, država). 6. Vrjednovanje: Vrjednovati elemente marketinškog spleta i temeljna načela marketinškog procesa u turizmu.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Vježbe u praktikumu Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Sukladno Pravilniku o studijima i studiranju Sveučilišta Sjever, svibanj 2023.					

Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje

Obvezna literatura	1. Kolter, P., Bowen, T.J., Makens, J. (2010): Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu; Mate, Zagreb.
Dopunska literatura	1. Senečić, J. & Grgona, J. (2006). Marketing menadžment u turizmu. Zagreb: Mikrorad.

Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar, vježbe i analize slučaja, te pismeni ispit
Završni / Diplomski rad	Da