

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
133898	Strategija marketinga u turizmu				Izborni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	6	
	20	20				
Nastavnik	doc.dr.sc. Željka Marčinko Trkulja doc.dr.sc. Ana Mulović Trgovac					
Suradnik						
Cilj predmeta	Stvaranje konceptijskog okvira za razumijevanje značaja i uloge marketinške koncepcije u specifičnim uvjetima turističkog gospodarstva. Stjecanje znanja o funkcioniranju marketinškog sustava u specifičnim uvjetima turističkog tržišta. Spoznaja o osnovnim obilježjima potrošačkog ponašanja, STP-a na turističkom tržištu i kreiranja marketinškog miks-a za specifični turistički segment. Ovladavanje sposobnostima za kreiranje marketinške politike u turizmu na podlozi marketinškog planiranja .					
Ishodi učenja	1. Ovladavanje znanjima i sposobnostima za vođenje turističke politike specifičnog regiona i/ili destinacije. 2. Dobivanje kompetencija za kreiranja strategija turizma za specifične destinacije.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja 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. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J.: Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, Mate d.o.o., Zagreb, 2010. POGLAVLJA: (4-13) (18-19)					
Dopunska literatura	1. Senečić, J. & Grgona, J. (2006). Marketing menadžment u turizmu. Zagreb: Mikrorad. 2. Renko, N. (2009). Strategije marketinga (2. izd.). Zagreb: Naklada Ljevak.					
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar i analize slučaja, te pismeni ispit					
Završni / Diplomski rad	Da					