

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 20 20	140	6
Nastavnik	izv.prof.dr.sc. Anica Hunjet		
Suradnik	dr. sc. Dijana Vuković, v. pred.		
Cilj predmeta	Stvaranje koncepcijskog okvira za razumijevanje značaja i uloge marketinške koncepcije u specifičnim uvjetima turističkog gospodarstva. Stjecanje znanja o funkciranju 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 (odslužan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	nema		
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice	Komentari	
Obveze studenata	Prisustvo predavanjima ,seminarima ,pozitivno ocijenjen projekt		

Nastavna cjelina	Sadržaj predmeta			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
Specifičnosti marketinga u turizma	2	2		
Marketinško okruženje u turizmu	2	2		
Segmentacija i određivanje ciljnih turističkih tržišta	2	2		
Pozicioniranje i brending proizvoda i usluga na turističkom tržištu	2	2		
Ponašanje potrošača u turizmu-Tržište krajne potrošnje	2	2		
Ponašanje potrošača turizmu-tržište organizacijskih kupaca	1	1		
Politika proizvoda u turizmu	1	1		
Izgradnjna lojalnosti klijenata kroz kvalitetu ponude	1	1		
Politika cijena u turizmu	1	1		
Politika distribucije u turizmu	1	1		
Politika promocije u turizmu	1	1		
Strategija destinacijskog marketinga	1	1		
Strategija i plan marketinga u turizmu	1	1		
Prezentacija i ocjena projekata	1	1		

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. Moutinho, L.: Strateški menadžment u turizmu, Masmedia, Zagreb, 2005. Str. (15-33), (35-63), (67-116), (183-246)
Način provjere ishoda učenja	Aktivno sudjelovanje na nastavi, pismeni ispit, projekt
Završni / Diplomski rad	Da