

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Marketing u turizmu

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**3. Ciklus studija:**

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

4

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

10. Fakultet:

Ekonomski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Menadžment u turizmu

12. Odgovorni nastavnik:

dr.sc. Ermina Smajlović, vanr.prof.

13. E-mail nastavnika:

ermina.mustafic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznati studente sa marketinškim principima poslovanja u turizmu

16. Ishodi učenja:

Studenti koji uspješno savladaju sadržaj nastavnog predmeta će biti u mogućnosti da:

- razumiju marketinške procese u turizmu,
- samostalno razvijaju marketinški plan za poslovanje preduzeća na turističkim tržištima,
- razumiju marketinški miks kod preduzeća u oblasti turizma.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Pojmovni okvir za razumijevanje marketinga u turizmu

- Karakteristike usluga u oblasti turizma
- Uloga marketinga u poslovanju preduzeća
- Marketinško okruženje
- Tržišta krajnje potrošnje i ponašanje potrošača na turističkim tržištima
- Tržišta poslovne potrošnje u oblasti turizma
- Segmentiranje, targetiranje i pozicioniranje na turističkim tržištima
- Upravljanje proizvodom/uslugom
- Izgradnja odnosa sa klijentima
- Politika cijena
- Politika distribucije
- Politika promocije
- E-marketing u turizmu
- Marketing destinacije

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), individualni radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u skladu sa važećim aktima Univerziteta u Tuzli.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta pod nadzorom nastavnika (seminarski radovi, domaće zadaće, analize studija slučaja, aktivnost na predavanjima i vježbama)

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Individualni rad studenta	20
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

21. Osnovna literatura:

Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C., Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu
Senečić J., Vukonić B., Marketing u turizmu
Weber S., Boranić S., Marketing u turizmu
Ognjen B., Marketing u turizmu
Stić D., Marketing u turizmu & marketinški menadžment destinacije

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2019/20

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV: