

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Integrirano marketinško komuniciranje u turizmu

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

2

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 2**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

10. Fakultet:

Ekonomski

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:

ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznavanje studenata sa najvažnijim aspektima integrisane marketing komunikacije u turizmu.

16. Ishodi učenja:

Na kraju semestra/kursa uspješni studenti, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano obavljali svoje obaveze, će biti osposobljeni da:

- razumiju značaj primjene integrisane marketing komunikacije u turizmu,
- planiraju primjenu integrisane marketing komunikacije u turizmu.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Pojmovni okvir za razumijevanje integrisane marketing komunikacije u turizmu:

Nastanak i razvoj koncepta integrisane marketing komunikacije u turizmu

Procesiranje informacija i koncept integrisane marketing komunikacije u turizmu

Lična prodaja kao integralni i integrišući element integrisane marketing komunikacije u turizmu

Oglašavanje kao integralni element integrisane marketing komunikacije u turizmu

Unaprjeđenje prodaje u turizmu

Odnosi sa javnošću

Publicitet

Mediji: sredstva za prenošenje poruka

Geografska intergacija integrisane marketing komunikacije u turizmu

Direktni marketing, sponzorstvo, event – i viral-marketing, turistički sajmovi

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:

Ognjanov G., Integrisane marketing komunikacije,
Brkić N., Upravljanje marketing komuniciranjem,
Kesić T., Marketinška komunikacija,
Kotler, P., Bowen, J., Makens, J.: Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:****24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**