

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Turizam / MARKETING KOMUNICIRANJA U TURIZMU

Naziv predmeta:	MARKETING KOMUNICIRANJA U TURIZMU			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
5387	Obavezan	5	4	3+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Turizam			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje studenata sa savremenim pristupom marketing komuniciranju i konceptom integrisanih marketing komunikacija u turizmu. Upoznavanje medija, planiranja i razvoja oglasnih kampanja u turizmu u cilju efikasnog pozicioniranja preduzeća i destinacije na turističkom tržištu. Upravljanje događajima u funkciji destinacionog marketinga.			
Ishodi učenja	- Razumije ulogu i oblike marketing komuniciranja u turizmu - Objašnjava osnovne karakteristike marketing komuniciranja u turizmu - Analizira različite komponente marketing komunikacionog miksa - Upravlja događajima u turizmu - Planira, organizuje, kontroliše i evaluira događaje na nivou turističke destinacije			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić-Četković			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminari i konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Nastanak i razvoj koncepta integrisanih marketing komunikacija (IMK)			
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.			
II nedjelja, pred.	Novi pristup marketing komuniciranju. Procesiranje informacija i koncept IMK.			
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.			
III nedjelja, pred.	Lična prodaja kao element IMK u turizmu. Vještine komuniciranja u prodaji			
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.			
IV nedjelja, pred.	Oglašavanje kao oblik marketing komuniciranja u turizmu. Oblici oglašavanja u turizmu.			
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
V nedjelja, pred.	Osnove planiranja oglasnih kampanja.			
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
VI nedjelja, pred.	Integrisanje oglašavanja i unapređenja prodaje. Integrisanje oglašavanja i odnosa s javnošću.			
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
VII nedjelja, pred.	Mediji kao sredstva za prenošenje marketing poruka. Vrste medija i primjena pojedinih medija u turizmu.			
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I			
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
IX nedjelja, pred.	Događaj (Event) u funkciji destinacionog marketinga. Uloga događaja u brendiranju Crne Gore kao turističke destinacije.			
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
X nedjelja, pred.	Vrste i oblici događaja u turizmu.			
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
XI nedjelja, pred.	Marketing menadžment događaja u turizmu.			
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
XII nedjelja, pred.	Planiranje događaja u turizmu.			
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			

XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II					
XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.					
XIV nedjelja, pred.	Organizovanje događaja u turizmu.					
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.					
XV nedjelja, pred.	Kontrola i evaluacija događaja i hotelijerstvu.					
XV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.					
Opterećenje studenta						
Nedjeljno			U toku semestra			
4 kredita x 40/30=5 sati i 20 minuta 3 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 0 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 5 sati i 20 minuta x 16 =85 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5 sati i 20 minuta x 2 =10 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 4 x 30=120 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 24 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 85 sati i 20 minuta (nastava), 10 sati i 40 minuta (priprema), 24 sati i 0 minuta (dopunski rad)			
Obaveze studenta u toku nastave			Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe.			
Konsultacije			Nakon časova i po dogovoru s profesorom			
Literatura			1. Senić, R; Senić, V: Marketing menadžment u turizmu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Vrnjačka Banja, 2016. (poglavlja 13, 14 i 15) 2. Ognjanov Galjina (2013): „Integrirane marketinške komunikacije“, Ekonomski fakultet, Beograd 3. Koprivica, Miodrag (2008): Menadžment događaja, Prometej, Novi Sad 4. McCabe Scott (2008): „Marketing Communications in Tourism and Hospitality“, Routledge, New York 5. Gerritsen, D; Olderen, v. R (2014): »Events as a Strategic Marketing Tool«, CABI Tourism Texts, UK 6. Karlos, Brenda R.; Van der Vagen, Lin (2009): »Event Management: upravljanje događanjima u turizmu, kulturi, biznisu i sportu«, MATE, Zagreb 7. Preston, C. A (2012): »Event marketing«, Willey, USA			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			Prisutnost do 10 bodova, seminarski rad do 10 bodova, I kolokvijum do 15 bodova; II kolokvijum do 15 bodova; završni ispit do 50 bodova.			
Posebne naznake za predmet						
Napomena						
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena