

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Hotelijerstvo / MARKETING U HOTELIJERSTVU

Naziv predmeta:	MARKETING U HOTELIJERSTVU			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
440	Obavezan	4	5	3+1+0
Studijski programi za koje se organizuje	Hotelijerstvo			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje studenata sa teorijskim i praktičnim aspektima marketinga u hotelijerstvu kao savremene tržišne koncepcije. Cilj je razumijevanje međuzavisnosti primjene marketinga u hotelijerstvu kod različitih nosilaca ponude, kao i osposobljavanje studenata za upravljanje marketinškim aktivnostima u hotelijerstvu.			
Ishodi učenja	- Pozna je i pravilno interpretira osnovne pojmove vezane za marketing u turizmu i hotelijerstvu - Istražuje tržišne odnose ponude i tražnje u skladu sa novim trendovima u turizmu i hotelijerstvu - Identifikuje i razumije elemente marketing aktivnosti u hotelskoj industriji - Koristi instrumente marketing miksa u hotelijerstvu - Strateški usmerava i valorizuje marketing aktivnosti u hotelijerstvu - Stvara pretpostavke za rast konkurentnosti preduzeća u hotelijerstvu			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić – Četković			
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, vježbe, seminari, konsultacije			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Pojam i karakteristike turističkog tržišta.			
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.			
II nedjelja, pred.	Marketing kao tržišno usmjerena poslovna koncepcija u turizmu i hotelijerstvu.			
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.			
III nedjelja, pred.	Primjena marketinga u preduzećima u hotelijerstvu i koordinacija marketing aktivnosti u hotelijerstvu			
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.			
IV nedjelja, pred.	Marketing okruženje i marketing informacioni sistem (MIS)			
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
V nedjelja, pred.	Proces istraživanja marketinga.			
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
VI nedjelja, pred.	Upravljanje marketing aktivnostima u turizmu i hotelijerstvu			
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
VII nedjelja, pred.	Instrumenti marketinga u turizmu i hotelijerstvu.			
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I			
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
IX nedjelja, pred.	Ostali instrumenti marketinga u turizmu i hotelijerstvu			
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
X nedjelja, pred.	Optimizacija marketing miksa.			
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
XI nedjelja, pred.	Primjena marketinga od strane organizatora putovanja.			
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
XII nedjelja, pred.	Primjena marketinga u hotelskim preduzećima.			
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.			
XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II			

XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.					
XIV nedjelja, pred.	Studije slučaja iz marketinga u hotelijerstvu.					
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.					
XV nedjelja, pred.	Mjesto i uloga marketinga u okviru savremenih pristupa razvoju hotelijerstva.					
XV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.					
Opterećenje studenta						
Nedjeljno			U toku semestra			
5 kredita x 40/30=6 sati i 40 minuta 3 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 1 vježbi 2 sat(a) i 40 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 6 sati i 40 minuta x 16 =106 sati i 40 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 6 sati i 40 minuta x 2 =13 sati i 20 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 5 x 30=150 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) 30 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 106 sati i 40 minuta (nastava), 13 sati i 20 minuta (priprema), 30 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. Kotler, Ph.; Bowen, J.; Makens, J. (2011): »Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu«, Mate, Zagreb 2. Popesku, Jovan (2013): »Marketing u turizmu i hotelijerstvu«, Univerzitet Singidunum, Beograd 3. Bakić, Ognjen (2010): »Marketing u turizmu«, Univerzitet Singidunum, Beograd 3. Mihailović, Božo (2005): »Marketing u turizmu«, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor 4. Morrison, Alastair (2013): »Marketing and Managing Tourism Destinations«, Routledge, New York 5. Scott, N; Laws, E; Boksberger, Ph. (2012): »Marketing of Tourism Experience«, Routledge, New York 6. McCabe, Scott (2012): »Marketing Communications in Tourism and Hospitality: Concepts, Strategies and Cases«, Routledge, New York			
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